KUNNAT VERKOSSA
Internet ja kuntatiedottaminen

Yhteisöviestinnän
Pro gradu -tutkielma
Jyväskylän yliopisto
Viestintätieteiden laitos

Mervi Lamberg
This is a qualitative study of municipal communication on Internet. The use of Internet and World Wide Web has increased enormously. Municipalities have usually communicated through traditional communication channels, like newspapers and radios. But how do they use Internet as a media for external communication? How Internet-communication is related to the communication strategies of municipalities? What kind of web pages do they have? Besides municipalities' operations, the newspaper journalists' opinions of municipal communication on Internet have been examined too.

The study sample consisted of 30 municipalities in Central Finland and of 14 newspapers. The study was carried out interviewing counties and journalists by telephone. Besides interviews the web pages of municipals were examined. These analyses gave information on the contents and interactivity of pages.

The main result was, that municipalities don't use Internet for strategic communication. The main purpose of pages is mainly general, like giving common information on municipalities to all interested persons. Municipalities usually haven't organized the responsibility of Internet-communication either. Many organisations are going to change their web pages. They have recognized the main problems and tend to solve them. For example the contents and the design of web pages are under process of modification.

Because of this process of change, the results of this study may get out of date quite soon. For that reason, it would be interesting to examine the same topic after a while.
SISÄLLYS

1 JOHDANTO .................................................................................................................. 5

2 TIEDOTTAMINEN JA KUNNAT .................................................................................... 7
   2.1 Kuntatiedottaminen ............................................................................................. 7
   2.2 Kuntien tiedotusstrategiat ............................................................................... 9
   2.3 Kuntatiedottamisen tavoitteet ja organisointi ............................................... 11
   2.4 Kunnan sisäosryhmät ....................................................................................... 13
   2.5 Kunnallisen tiedottamisen kanavat ................................................................. 15

3 INTERNET VIESTINTÄKANAVANA .......................................................................... 17
   3.2 Internet-välimiehen viestintä ........................................................................... 19
   3.3 Verkkoviesticöttä ominaisuuudet ................................................................ 21
   3.4 Internetin käyttö ja käytäväprofiilit ............................................................... 24
   3.4 WWW kuntien viestintäkanavana .................................................................. 26

4 TUTKIMUSMENETELMÄT ......................................................................................... 27
   4.1 Käytetyt käsitteet ............................................................................................ 28
   4.2 Tutkimuskysymykset ....................................................................................... 29
   4.3 Kohderyhmä ja otos ......................................................................................... 30
   4.4 Aineiston keruut .............................................................................................. 31

5 TULOKSET JA POHDINTAA .................................................................................... 34
   5.1 Kuntien tiedottaminen ja verkkoviesticöttä .................................................... 34
       5.1.1 Kunnat, joilla on viralliset verkkosivut ....................................................... 34
       5.1.2 Kunnat, joilla ei ole virallisia verkkosivuja ............................................... 40
   5.2 Kuntien verkkosivut ......................................................................................... 43
   5.3 Sanomalehtiä näkemys kuntien verkkoviesticöttä ....................................... 47

6 JOHTOPÄÄTÖKSIÄ .................................................................................................... 50
7 TUTKIMUKSEN ARVIOINTIA ................................................................. 55

LÄHTEET ........................................................................................................ 58

LIITTEET ........................................................................................................ 62

LIITE 1: Kunnat, joilla on viralliset verkkosivut Internetissä .......................... 62
LIITE 2: Kunnat, joilla ei ole virallisia verkkosivuja Internetissä .................. 63
LIITE 3: Tutkimuksessa mukana olleet Keski-Suomen maakunnan
samonahedet .................................................................................................. 64
LIITE 4: Kuntien haastatteluiden teemat ...................................................... 65
LIITE 5: Sanomalehtien haastatteluiden kysymykset .................................... 66
LIITE 6: Verkkosivujen sisällön erittely ....................................................... 67
1 JOHDANTO


Samalla vuosikymmenellä otettiin myös käyttöön termi ”tietoyhteiskunta” (Keskinen 1995a, 9; Mannermaa 1998, 72). Kuitenkin, vasta kuluvalla 1990-luvulla tietoyhteiskuntakeskustelu on noussut voimakkaasti esille. Eräänä syynä on varmasti Internetin ja WWW:n rajojaismäinen kasvu. Internetin vaikutukset ovat yhteneet laajalle, eikä julkinenkaan sektorin voi olla huomioimatta sen antamia mahdollisuuksia viestintäkanavana.

aikana valittuun paikkaan. Tällaisen kohdentuvan viestinnän pääasiallisin kanava on tietoverkko. (Keskinen 1995a, 9.)


2 TIEidotaminen ja Kunnat


2.1 Kuntatiedottaminen

Kuntien tiedottamisesta säädettiin ensimmäisen kerran vuoden 1977 kunnallislaisissa. Tämän vanhan kunnallislain pykälän 37 mukaan kuntia velvoitettiin tiedottamaan seuraavasti: "Kunnan jäsenille on sopivin tavoin annettava riittävät tiedot yleistä


Vuoden 1977 kunnallislakiin verrattuna uusi kunnallislaki pyrkii varmistamaan suuremman vuorovaikutuksen kunnan ja kuntalaisten välillä jo asioiden valmisteluluvanessa.

Merkittävä osa tiedottamista koskee myös kunnan asukkaiden neuvontaa, jota hallintomenettelylain 4 § säätelee. Sen mukaan viranomaisen on tarpeen mukaan annettava asianosaiselle ja muullekin henkilölle neuvooja siitä, miten sen toimialaan kuuluva asia pannaan vireille ja miten asiakas käsiteltyä on toimittava. Lisäksi hallintomenettelylain 13.1 § mukaan asian vireillä olosta on ilmoitettava julkisesti, jos asian ratkaisusta voi olla huomattava vaikutus laajalla alueella tai lukuisten henkilöiden oloihin. (Heuru 1995, 186.)
Periaate kunnallisessa tiedottamisessa on säilynyt samana vuosien saatossa eli kuntalaisille on annettava mahdollisuus saada tietoa kunnan toiminnasta ja mahdollisuus osallistua kunnan toimintaan. "... Kuntalaisten on saatava entistä enemmän tietoa omasta kunnastaan ja että kunnan itsensä on pyrittävä kaikin tavoin helpottamaan ja edistämään kuntalaisten tiedonsaantia". Kunnallinen demokratia toteutuu silloin, kun kuntalainen saa oman kunnan toiminnasta niin paljon tietoa, että hän voi seurata yhteisten asioiden hoitoa ja myös osallistua kunnalliseen päätöksenteokseen. (Haikonen ym. 1977, 9.) Kunnan jäsenelle tulee olla mahdollisimman helppoa saada käsiinsä ne tiedot kunnan toiminnasta, joita hän kulloinkin tarvitsee. Samoin hänellä tulee olla vapaus itse päättää osallisuumisestaan kunnallishallintoon sekä sen tasosta ja aktiivisuudesta. (Luoto 1987, 119).


Käytännössä kuntalain tiedottamispykälä jättää kunnan harkittavaksi, mitä tiedottamisen keinoja kulloinkin käytetään. Mahdollisuuksia on monia – on vain mietittävä tarkkaan tiedottamisen tavoitteet ja kohderyhmä ja valittava käytettävät viestintäkanavat niiden mukaan.

2.2 Kuntien tiedotusstrategiat

Kunnan tiedotustoiminta on osa kunnan muuta ulkoista viestintää ja sen tulisi olla tavoitteellista. Ulkoinen viestintä käsittää yhteydenpidon ulkoisiin sisäryhmiihin ja relevanttiin ympäristöön (Kreps 1986, 22-23). Ulkoista viestintää ovat mm. markkinointi ja tiedottaminen organisaation ulkopuolisille kohderyhmille.


Tiedotussuunnitelman tai -ohjeistuksen tulisi sisältää seuraavat asiat (Haikonen ym. 1977; Luoto 1987): tiedottamisen tavoitteet; tiedottamisen sisältö; organisointi; kohderyhmät ja niiden tarpeet; tiedottamisessa käytettävät viestintäkanavat; aikataulutus sekä budjetti.


Kuntalaisille kohdistetun tiedotustoiminnan kenties tärkein periaate on, että asia esitetään tavalla, joka on kuntalaisen helposti ymmärrettävissä. Kaavaohjelmat, esityslistat yms. ovat usein sellaisenaan kielellisesti liian vaikeaselkoisia. Tämän
huomioon ottaminen edellyttää lähes aina lähtötietojen muokkaamista ja täydentämistä. On myös virhe kuvitella, että tiedon määrittäminen lisääminen riittää ratkaiseman tiedottomisen ongelmat, vaan on kiinnittettävä huomiota tiedottomisen laatutekijöihin, joita ovat selkeys ja ymmärrettävyys. (Haikon en ym. 1977, 57.)


Hirsttiö-Snellman huomasi myös, että kuntalaiset eivät välittämättä tarkoita tiedonpuutteluella faktatiedon puutetta, vaan enemmänkin apua ja tietoa tämän faktaan tulkitsemiseen ja soveltamiseen omaan tilanteeseensa. Jos kuntalaiselle tiedotetaan uusi kunnallisslain pykälä, hän ei tiedä miten se vaikuttaa hänen elämäänsä ellei siitä kerrota esimerkiksi. Tiedon puute on usein yksilöllistä ja tilannekohtaisia. Siinä Internet palvelee oivasti tiedon tarvitsijaa – jos kunta on päivittäryt uusimman tiedon sivuillessa ja rakentanut ne siten, että niiltä myös löytyy tarvittavaa tiedota, saa kuntalainen kaipaaamansa tiedon sieltä silloin kun sitä tarvitsee.

Periaatteena on, että kannan välittämien tietojen tulee olla luotettavia, kaikki kohderyhmät tulee ottaa huomioon, tiedottomisen tulee lisätä kunnan ja kuntalaisen vuorovaikutusta sekä tiedottomisen tulee tuoda esille tasapuolisesti kunnan hallinnossa esiintyvät erilaiset näkemykset ja perustelut (Haikon en ym. 1977, 59).

2.3 Kuntatiedottomisen tavoitteet ja organisointi

70-luvulla määritellyt kuntatiedottomisen tavoitteet: eivät ole vanhentuneet vieläkään. Kunnallisen tiedotustoiminnan tavoitteena on tarjota kuntalaisille kokonaiskuvaa kunnasta, sen hallinnosta ja toiminnasta; selvittää kuntalaisille heidän oikeutensa ja velvollisuutensa sekä antaa kunnasta riittävää tietoa kunnan ulkopuolisille kohteille, julkiselle sanalle ja suurelle yleisölle (Haikon en ym. 1977, 23).
Tavoitteet ovat kuitenkin melko yksisuuntaisia. Kunta tarjoaa ja antaa tietoa, mutta ei odota vastaanottajalta mitään palautetta siitä miten siinä on onnistuttu. Tämä on ristiriidassa kuntalaisten ja kunnan välisen vuorovaikutuksen sekä kuntalaisten osallistumismahdollisuksien painottamisen kanssa (vrt. s. 5). Vaikka palautteen tärkeyksä mainitaan, se ei ole ollut riittävän tärkeä kirjattavaksi kuntatiedottamisen tavoitteeksi.

Kuntatiedottamisen tavoitteet voidaan käsitellä myös laajemmin. Kunnallisen tiedotustoiminnan tulee:
- antaa tietoja kunnallishallinnosta ja oman kunnan toiminnasta ja tilasta
- helpottaa kaikkien kunnan jäsenten edellytyksiä käyttää oikeuksiaan ja vastata velvollisuusistaan kunnan jäsenenä
- tiedottaa suunnitelmista ja niiden vaikutuksista sekä tehdyistä tärkeistä päätöksistä
- helpottaa eri puolilla kuntaa asuvien ja erilaiset edellytykset omaavien kuntalaisten kunnan asioiden seuraamis- ja osallistumismahdollisuksia
- luoda foorumi erilaisen mielipiteiden esittämiseksi ja avustaa erityisesti asukkaiden ja luottamushenkilöiden välisen tiedonkulun ja kommunikoinnin syntymisessä ja ylläpitämisessä
- toimia kuntalaisten kiinnostuksen herättäjänä ympäristön kehittämiseksi
- edistää kunnan toimintaa kansainvälisesti valitutun tarkoituksen toteuttamisessa ja yhteisten tavoitteiden saavuttamisessa. (Viinikka teoks. Antti Röök 1989, 140.)

Kaikkien näiden tavoitteiden saavuttamiseksi kunnan tulee tiedottaa eri kanavista käyttäen.

Yleisesti ottaen voidaan todeta, että kunnan tiedotustoiminnan tavoitteet toteutuvat silloin, kun kuntalaiset tietävät mistä ja miten he saavat tarvitseman saa kuntaa koskevat tiedot (Luoto 1987, 113). Siksi myös verkkosivuista olisi tiedotettava tai niitä olisi markkinointava erikseen, jotta kuntalaiset tietävät, mitä tiedoa he verkosta löytävät. On kuitenkin huomattava, että kunnan tiedotustoiminnan tavoitteet tulisi määritellä myös kunnan ulkopuoliset kohderyhmät huomioon ottaen. Kunnilla on tärkeitä sisäryhmät olettavissa ympäröistössään.


2.4 Kunnan sisäryhmät

Kuntien sisäryhmät voidaan jakaa sisäisiin ja ulkoisiin sisäryhmäihin. Sisäisiä ryhmiä ovat mm. virkamiehet ja luottamushenkilöt. Ulkoisia sisäryhmiä ovat mm. seurakunta, järjestöt, naapurikunnat, kuntainliitot, kunnan asukkaat, tiedotusvälineet, yritykset, valtiovalta (Luoto 1987, 15). Ryhmät voidaan jakaa edelleen tarkemmin alaryhmien.

Anttiroiko (1989, 64) jakaa teoksessaan kunnan sisäryhmät markkinoinnin kannalta, mutta vastaavaa luokitusta voi soveltaa mukauttaen myös kuntien ulkoiseen viestintään (KUVIO 1). Koska tiedotusvälineet muodostavat tärkeän kunnallisen tiedottamisen kanavan, tulee niitä ajatella omana ryhmänä.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kunnalle läheiset sisäryhmät</th>
<th>Kunnalle etäiset sisäryhmät</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Asukkaat</td>
<td>Hallinnon sisäryhmät</td>
</tr>
<tr>
<td>– kuntalaiset</td>
<td>– valtio ja viranomaiset</td>
</tr>
</tbody>
</table>
– muut kunnassa asuvat / työssä kävijät
– potentiaaliset kuntaan muuttajat

Elinkeinoelämä
– yritykset, yrityjät
– yrityjien yhteistyöhärjestyöt
– potentiaaliset yrityjät

Matkailijat
– kotimaiset ja ulkomaiset matkailijat
– matkailijat kunnan rajojen sisä- tai ulkopuolella
– kuntaan tutustujat / vierailijat yms.

Muut kunnassa toimivat yhteisöt
– järjestöt, yhdistykset, säätiöt
– laitokset
– puolueiden paikallisosastot
– seurakunta ja paikalliset uskonollisuus yhteisöt

Muut ulkoiset sidosryhmät
– puolueiden piirijärjestöt
– kuntayhtymät, mm. ammatilliset
– oppilaitokset, sairaanhoitopiirit ja maakuntaliitot

– muut kunnat
– kuntien keskusjärjestöt

Muut ulkoiset sidosryhmät
– puolueet (valtakunnallisesti)
– valtakunnalliset ja alueelliset järjestöt
– yliopistot, korkeakoulut ja
– muut oppilaitokset
– yksittäiset henkilöt ja ryhmät
– kansainväliset eli ulkomaiset tahot

Mediat eli joukkotiedotusvälineet

– televisiot, valtakunnalliset ja
– paikalliset kanavat
– sanomalehdet, valtakunnalliset,
– alueelliset, paikalliset ja erityisalat
– radiot, valtakunnalliset, paikalliset
– ja alueelliset

KUVIO 1. Kuntien sidosryhmät.


2.5 Kunnallisen tiedottamisen kanavat


Taskila (1995) on tutkinut kunnallista tiedottamista kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä. Tutkimuksesta selvisi, että kuntien käyttämistä virallisista tiedotuskanavista käytetyn eli kunnan ilmoitustaulun (94 % vastanneista). Sen jälkeen käytettiin paikallislehtitä (30 %) ja muita maakuntalehtiä (16 %). Maakunnan
ykköislehtää käytti 28 % vastanneista, kun taas kunnan omaa lehteä käytti 16 % vastanneista. Yleisesti käytettiin useampaa tiedotuskanavaa yhtäaikaa, vain 6 % käytti yhtä kanavaa.


Kuntien yleinen tapa tiedottaa on valtuuston, hallituksen ja lautakuntien esityslistojen sekä pöytäkirjojen toimittaminen mediolle. Jo 70-luvulta alkanut käytäntö on edelleenkin yksi tärkeimpää tiedotustapoja kunnissa. Tietotekniikan kehityksestä huolimatta käytäntö säilynee edelleen, mutta WWW mahdollistaisi niiden esittämisen myös Internetissä.


Kunnan ja median välisen yhteistyön perusta on yhteinen intressi siitä, että tieto saadaan kulkemaan kuntalaisille. Mahdollisuudet virheisiin tai väärinkäsityksiin lisääntyvät, mitä heikommin kunnan oma tiedotustoiminta toimii. (Haikonen ym. 1977, 39.)
3 INTERNET VIESTINTÄKANAVANA


Käytettävän viestintäkanavan valintaan vaikuttavat viestintätilanne ja kanavan rikkaus (media richness). Viestintäkanavan rikkaus tarkoittaa sitä, miten hyvin kanava välittää viestin lähettäjältä vastaanottajalle sekä mahdollistaa palautteen antamisen. Kanavan rikkauteen vaikuttavat useat ominaisuudet. Miten hyvin media mahdollistaa välimmän palautteen antamisen; voidaanko viesti kohdistaa tietylle kohderyhmälle; voiko viesti koostua useista eri esitystavoista (kuva, ääni, nonverbaalin viestintä) ja salliiko media rikkaan kielen ja sanaston käytön (O'Hair ym. 1995, 78.)


Viestintä on tehokkainta, kun käytetään useita viestintäkanavia yhtä aikaa. Lisäksi viestintäkanavan tehokkuus riippuu sen sopivuudesta lähetettävään viestiin. Suullinen
media on sopivampi monimutkaisiin viesteihin, kun taas kirjallinen media on sopiva yksinkertaisiin, selkeisiin viesteihin. (Greenberg & Baron 1995, 335-336.)


Täyttyy kuitenkin muistaa, että: "Tiedottamisessa on aina pohjimmiltaan kyse yksilöistä, hänen tavastaan kokea ja omaksua saatavilla oleva tieto tai tarpeestaan hankkia sittä" (Haikonen ym. 1977, 35). Siitä tiedottamisessa kuin muussakin viestinnässä yksi ainoa kanava ei välttämättä toimi yksin. Usein paras tulos saadaan käyttämällä useita eri kanavia, joista yksi voi olla Internet.

3.2 Internet-välitteinen viestintä


Internet eroaa perinteisistä viestintävielineistä kuten televisio ja sanomalehti kahdella tavalla - sen viestintäjärjestelmän rakenne on e-lineaarinen ja viestien tieto on


Viestin lähettäjä-vastaanottajasuhde Internetissä voidaan jakaa neljään ryhmään.

(a) Yhdeltä henkilöltä yhdelle henkilölle tapahtuva ei samanaikainen viestintä (one-to-one asynchronous), kuten sähköposti. (b) Monelta henkilöltä monelle henkilölle tapahtuva ei samanaikainen viestintä (many-to-many asynchronous), kuten uutisia tai keskusteluyhmät, joihin ilmoittaudutaan jotta saadaan tietoa tietystä asiasta tai aihepiiristä. (c) Samanaikaisesti tapahtuva viestintä (synchronous communication), joka voi olla one-to-one, many-to-many tai one-to-many viestintää. Se voi myös olla tietyyn aineen ympäriin organisoitua tai vaikka Internet Relay Chat -keskustelukanava. (d) Ei samanaikaisesti tapahtuva viestintä (asynchronous communication), jonka piirteisiin kuuluu vastaanottajan tarve etsia informaatiota eli mm. WWW-sivut. Tämä viestintä voi olla one-to-one, many-to-many tai many-to-one lähettäjä-vastaanottajasuhteeltaan ja viestintä voi tapahtua aikaviiveellä (Morris & Ogan 1996, 42-43.)

Internet koostuu useista medioista, jotka yhdessä muodostavat kokonaisuuden. Näitä toimintoja ovat mm. sähköposti, WWW, ftp (tiedostonsiirto) ja keskusteluyhmät (IRC). Tästä monikasvoisesta luonteesta johtuen Internetin yleisöä on lähes mahdoton määrittää.

3.3 Verkkoviestinnän ominaisuuDET

Perinteisen median ominaispiirteitä ovat mm. yksisuuntainen lähetyys yhdeltä-monelle, kaikille sama sisältö, samanaikainen ja tietyyn aikaan tapahtuva jakelu sekä staattisuus eli sisällön lopullisuus tai muuttumattomuus. Uuden median ominaispiirteitä ovat mm. digitaalisuus, verkottuneisuus, reaalitaitto eli päivitystävyys, kaksisuuntaisuus (monelta-monelle tai monelta-yhdelle tapahtuva viestintä), vuorovaikutteisuus sekä
henkilökohtaisuus. Nämä ominaisuudet ovat muuttaneet tieton sisältöä ja jakelua melkoisesti. (Hintikka 1996, 3.)

Verkkoviestinnän ominaisuuksia ovat multimedia, hypertekstuaalisuus, pakettivälitteisyys eli TCP/IP-protokolla, interaktiivisuus ja samanaikaisuus eli tien kulkeminen yhtäaikaisesti kaikille vastaanottajille. (Newhagen & Rafaeli 1996, 4-6.)


Median interaktiivisuuden taso on vaikuttavaa monet ominaisuuksia. (a) Käytössä olevien vaihtoehotojen monipuolisuus – kuinka paljon käyttäjä voi vaikuttaa vastaanottamansa viestin käyttämisen ajoitukseen ja sisältöön. (b) Kuinka paljon käyttäjä joutuu näkemään vaivaa saadakseen haluamansa informaation. Millainen on käyttäjän aktiivisuustaso verrattuna median vaatimaan aktiivisuuden taso. (c) Kuinka

Internetin tärkeimmä ominaisuuksia ovat nimenomaan vuorovaikutteisuus, multimedia ja reaalikaikaisuus. Ne toteutuvat WWW-sivuilla, jos niissä on hyödynnetty kaikkia multimedian ominaisuuksia, palautteenaantomahdollisuutta ja aktiivista rakennetta.

3.4 Internetin käyttö ja käyttäjäprofiilit


Internetin palvelut voidaan jakaa useiden perusteiden mukaan, mutta tässä työssä ne ryhmitellään interaktiivisuuden perusteella (KUVIO2):

<table>
<thead>
<tr>
<th>Mekaaniset toiminnot</th>
<th>Interaktiiviset toiminnot</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>tiedostonsiirto</td>
<td>sosiaalinen interaktio</td>
</tr>
<tr>
<td>tiedonhaku</td>
<td>viestintä</td>
</tr>
</tbody>
</table>

KUVIO 2. Internetin käyttöryhmät.


Internetin kävijät jaetaan kolmeen ryhmään. (a) Tiedonhakijat etsivät verkosta tietoa esimerkiksi hakusanojen avulla. He voivat tietää aiheesta jotain jo ennestään, mutta haluavat lisätietoja. (b) Kuljeskelijat ovat satunnaisia sivuilla kävijöitä, jotka eivät etsi verkosta mitään tiettyä, vaan törämäävät satunnaisesti eri sivuille. (c) Kanta-asiakkaat ovat niitä kävijöitä, jotka palaavat kerran löytämilleen sivuille yhä uudelleen. (Jääskeläinen & Väänänen 1996.)


3.4 WWW kuntien viestintäkanavana

Internet on kanava kuntien suoran tiedotustoiminnan organisointiin. WWW-sivuja ei editoi kukaan muu kuin kunta itse, joten sitä kautta kunnalla on mahdollisuuksia tuoda itsensä esille halutussa muodossa. Kun kunta antaa tiedotteen tai esityslistan sanomalehdessä julkaistavaksi, voi lehti periaatteessa muokata aineistoa miten haluaa. WWW-sivut “julkistaan” sellaisena kuin kunta on suunnitellut.


4 TUTKIMUSMENETELMÄT

4.1 Käytetyt käsitteet

Internet ja verkkoviestintä

Kuntatiedottaminen

Kuntalain mukaan kuntatiedottaminen kohdistuu nimenomaan kunnan asukkaille, mutta tässä tutkimuksessa kuntatiedottaminen omaa laajemman merkityksen. Käsitteen piiriin sisällytetään myös muut ulkoiset sidosryhmät, joiden kanssaunta on vuorovaikutuksessa.

Vuorovaikutteisuus eli interaktiivisuus
Vuorovaikutteisuus eli interaktiivisuus käsitellään yksilöiden välisen dialogin, jossa molemmat antavat palautetta ja reagoivat siihen. Tällöin muodostuu kaksisuuntainen viestintäprosessi.
Viestintätilanteessa, jossa on mukana media (esimerkiksi Internet), interaktiivisuus määrittelee sen mukaan, miten paljon vastaanottaja voi kontrolloida viestin vastaanoton ajoitusta ja sisältöä. Vastaarottaja pystyy myös aktiivisesti ja tietoisesti päätämään, miten hän käyttää vastaanottamansa tiedon (Ruben 1992, 263.)

WWW-sivut ja viralliset verkkosivut
WWW-sivut ja verkkosivut omavat saman merkityksen. Niillä tarkoitetaan HTML-koodin pohjautuvia visuaalisia kokonaisuuksia, joihin liittyy olennaisesti hyperteksti.


4.2 Tutkimuskysymykset

1. Miten verkkoviestintä sijoittuu kuntien tiedotusstrategiaan?
   – Miten Internet on vaikuttanut kuntatiedottomaiseen?
   – Miten kunnat tiedottavat kunnallisista asioista verkossa?
   – Miten Internet on vaikuttanut palautteen kulkemiseen kunnan ja kuntalaisten välillä?
   – Mitkä ovat verkkoviestinnän tavoitteet?
   – Mikä on verkkosivujen kohderyhmä(t)?
   – Mitkä ovat syyt virallisten verkkosivujen puuttumiseen?

2. Millaisia ovat kuntien verkkosivut?
   – Millaisen on sivujen sisältö ja vuorovaikutusmahdollisuus?
   – Onko sivut päivitetty eli onko sivuilta oleva tieto ajantasalla?

3. Miten verkkosivut on tuotettu?
   – Kuka tai ketkä ovat tehneet sivut, ja onko kunta osallistunut niiden suunnitteluun?
   – Miten sivujen päivitys on hoidettu?
4. Millaisia ovat sanomalehtien näkemykset kuntatiedottamisesta Internetissä?

4.3 Kohderyhmä ja otos


4.4 Aineiston keruu


<table>
<thead>
<tr>
<th>Kunnat, joilla on verkkosivut</th>
<th>Kunnat, joilla ei ole verkkosivuja</th>
<th>Mediat eli sanomalehdet</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>WWW-analyysi</td>
<td>Teemahaastattelu</td>
<td>Puolistrukturoitu haastattelu</td>
</tr>
<tr>
<td>Teemahaastattelu</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

KUVIO 3. Tutkimusasetelma.


Tietosanakirja-tyylisiin kokonaisuuksiin kuuluvia verkkosivuja ei käsiteltä, koska ne eivät ole persoanollisia, vaan noudattavat samaa pojja kautta linjan.


Puhelinhaastattelut perustuvat teemarungolle (LIITE 4), joka toimii ohjenuorana. Teemat olivat melko tarkkoja jo etukäteen, mahdollisia lisäkysymyksiä ilmeni harvoin.

WWW-sivut omaavilla kunnilla haastatteluun vastasivat useimmien kunnan tai kaupunginsihteerin, hallintojohtajaa tai kunnan- tai kaupunginjohtaja. He vastasivat tiedottamisesta yleensä kunnissa. Heidän lisäksi tieottamisesta vastasivat mm. henkilöstösihteerin ja toimistolon sihteerin. Yhdessä kunnassa oli tiedottaja.

Kunnissa, joilla ei ollut virallisia verkkosivuja, haastatteluihin vastasivat apulaiskanslii, kunnanjohtaja, kulttuurisiihteen ja kunnanliiketoimintaa. Näistä kunnanjohtajista esiintyi useimmin (neljässä kunnassa) eli hän vastasi useimmien kuntien tiedottamisesta.


Haastateltavat sanomalehtien edustajat olivat Keski-Suomen alueen sanomalehtien toimittusjohtoireita, päätöimittajia tai toimittajia, lehdestä riippuen. Haastattelun vastasi yleensä päätöimittaja.

Haastattelujen suorittamisen ja nauhoituksen jälkeen on tutkimalla periaatteessa valittavanaan kaksi tapaa miten jatkaa eteenpäin (Hirsjärvi & Hurme 1995). Joko purkaa aineisto nauhoiteta tekstiksi eli kirjoittaa haastattelut puhtaaksi, tai tehdä päätelmäitä tai koodauksia suoraan nauhoista. Puhelinhaastattelut olivat suhteellisen helppoa kirjoittaa puhtaaksi, koska ne eivät olleet pitkiä. Lisäksi haastatteluihin pystyi palaamaan tarvittaessa uudelleen ja uudelleen. Haastattelua ei kuitenkaan littenoitu, vaan ne kirjoitettiin puhtaaksi mahdollisimman sanatkarkasti. Puhtaaksi kirjoitusta ei rajattu vain
tutkimuskysymysten kannalta oleellisin aiheisin, vaan ylös kirjattiin kaikki, mitä haastateltava sanoi.


Koska tutkimuksen otos on pieni (30 kpl), ei tilastollisten analyysien suorittaminen ollut aicehlista. Joistakin vastauksista on mainittu suorat jakaumat eli vastausten jakautumisen prosentteina. Tällöin sillä on ollut merkitystä analyysin kannalta.

5 TULOKSET JA POHDINTAA

5.1 Kuntien tiedottaminen ja verkkoviestintä

5.1.1 Kunnat, joilla on viralliset verkkosivut

Seuraavaksi mainittiin maakuntalehdet. Viisi kuantaa mainitsi Internetin viralliseksi tiedotuskanavaksi. Muita tiedotuskanavia olivat mm. kyläkerroksset, oma tiedotuslehti, kaapeliväylä ja ilmoittelu paikallislehdeksä.

**Tiedotussuunnitelma/-ohjeet.** Lähes puolella kunnista (10 kuntoa) ei ollut tiedotussuunnitelmaa tai -ohjeita. Yli puolella (13 kuntoa) oli tiedotusohjeistus tai -suunnitelma käytössä. Neljällä kunnalla se oli kuitenkin vanhentunut ja uusimisen tarpeessa.

**Tiedottamisen organisoiminen.** Päävastuussa tiedottamisesta oli kaupungin- tai kunnanjohtaja, hallintojohdaja tai kaupungin- tai kunnansihteerin. Vastuuta oli myös jaettu mm. hallintokunnittain tai lautakunnittain sekä kaupunginsihteerillä. Yhdessä kunnassa oli päätöminen tiedottaja. Parissa kunnassa hallintokunnat tai osastot päättivät itsenäisesti omasta tiedottamisestaan ja tiedotusstrategistaan, ketään ei ollut nimetty tiedotusvastuuseen. Yleisin vastaus kysyttäessä tiedottamisen organisointia oli: "Se tiedottaa, joka parhaiten tietää.".


**Verkkosivujen suunnittelu ja valmistus.**

(a) 4 %:lla (1/23) kunnista sivut teettiin täysin ulkopuolisella taholla. Sivujen ulkoasun ja sisällön suunnittelu ja valmistus ulkopuolinen taho. Kunta ei vaikuttanut juurikaan sisältöön ja ulkoasun. Kunta katsoi sivuja, mutta ei juurikaan puuttunut niiden suunnitteluun ja valmistukseen.


(c) 30 %:lla (7/23) kunnista sivut valmistettiin ulkopuolista apua käyttäen. Sivujen teknisen toteutuksen ja ulkoasun suunnittelun hoiti ulkopuolinen taho (esim.
mainostoinisto), mutta sisällön päätti kunta itse. Kunta kokosi eri alojen tiedot ja
toimitti ne tekijöille, jotka muodostivat sivut niiden perusteella. Työn edetessä kunta
kommentoi sivuja ulkoasun ja sisällön suhteen.

(d) 44 %:lla (10/23) kunnista sivut valmistettiin kunnan omaa työvoimaa
käyttäen. Kunnat suunnittelivat itse sivujen ulkoasun ja sisällön sekä tekivät teknisen
toteutuksen. Sisältö koottiin eri aloilta, jonka jälkeen työryhmä valmisti sivut ja
suunnitteli ulkoasun. Henkilöstöä myös koulutettiin sivujen valmistukseen. Sivujen
valmistuksessa oli voimakkaasti mukana kunnan atk-tukihenkilö tai vastaava
tietotekniikka-alaan ihminen. Yksi kunta oli käyttänyt ulkopuolista konsulttia apuna
lähinnä kommentoimassa sivujen toimivuutta.

Ongelmana kunnat näkevät sen, että sivuja tekemässä ja suunnittelemassa on
usein ollut tilapäistä työvoimaa. Hankaluksia aiheuttaa sivujen uusimisen ja
päivityksen varmistaminen silloin, kun käytettävissä ei ole kyseisiä henkilöitä. Jotkut
kunnat ovat muodostaneet kunnan sisällä työryhmän sivujen valmistusta varten.

Ulkopuolisen konsultin käyttö sivujen ilmeen uudistamisessa nähdään hyvänä.
Sivut on aikaisemmin tehty itse, mutta nyt on tullut tarve "parantaa" sivuja eivätkä omat
resurssit enää riitää. Lähene kaikkien kuntien sivut ovat erilaisten uudistamisprosessien
alla. Verkkosivujen ongelmia on ryhdytty tiedostamaan ja huomattu, että ajattelutapaa
on muutettava. Ei riitää, että sivut on kerran laitettu verkkoon, vaan niitä on päivitetävä.

Uudistamisen yhteydessä on myös noussut esille sivujen suunnittelul
kokonaisuutena. Sisältöä pohditaan koordinoidusti, eikä verkkosivuille laiteta
harkitsemattomasti tietoa. Nyt monen kunnan sivut ovat suhteellisen toimivat ulkoasun
suhteen, mutta sisällöllä on sekava tai vajavainen. Uudistuksen taustalla on sivujen
tekeminen houkuttelevammaksi ulkoasun suhteen, rakenteen muokkaaminen
toimivammaksi sekä sisällön saattaminen ajantasalle.

"Siinä nyt on puutteena ehkä nyt semmonen, että se vähän semmenen sillisalaatti tai
sekanetelisoppa että siinä ei ole oikein sellaista selkeää yhtenäistä linjaa, siïhen on pantu
vähän mitä on eri tuota ihmiset ehdotanat. Niitä on vähän siivistely, mutta semmonen
kokonaisote vähän puuttuu."

Sivujen kohderyhmät. Noin puolet kunnista eivät jatunnut verkkosivujen kohderyhmää mitenkään tai kohderyhmä ei mitettä. Sivut tarkoitettiin kaikille kiinnostuneille. Seuraavaksi suurimman kohderyhmän muodostivat kunnan ulkopuoliset ihmiset. Muutamalla kunnalla oli useita kohderyhmiä, mm. matkailijat, kantalaiset ja yrittäjät.

Sivujen tavoitteet. Yleisin tavoite oli yleinen tiedonvälitys kunnasta (noin puolet kunnista). Seuraavaksi muodostui kiinnostuksen lisääminen kuntaa kohtaan, mm. uusien asukkaiden ja matkailijoiden saaminen kuntaan. Yksi kunta mainitsi sivujen tavoitteeksi tiedon välityksen omille kuntalaisille. Muita vastauksia olivat: "ei ole mitettä" ja "ajan trendi eli siellä on oltava".

Sivujen päivitys. (a) Päivitystä ei ollut tehty pitkiin aikoihin, jopa moneen vuoteen eli sitä ei hoidettu mitenkään. (b) Sivut päivitti atk-tukihenkilö tai sivun tekijä. (c) Päivitysvastuu oli hajautettu osastoittain. (d) Toiset osastot päivittivät itse, toiset toimittivat tiedot atk-henkilölle tai vastaavalle, joka toimitti tiedot teknisesti verkkoon. (e) Sivut päivitti opiskelija.


Päivityksen hoitaminen tuntuu olevan suurimpiä ongelmia kuntien verkkoviestinnässä. Sivuille ei ole nimetty vastuuhenkilöä, joten kukaan ei huolehdi, että sivut ovat ajantasalla. Tilapäistyövoimaa käytön ongelmia näkyy myös päivityksessä. Sivut on tehnyt ihminen, joka ei enää ole kunnalla toisia, jolloin ne ovat jääneet alkuperäiseen asuunsa. Kunnan muilla työntekijöillä ei ole riittävä osaamista.
"Yritettiin sillä periaatteella, että jokainen joka on sinne aineistoa laittanut, myös omaan osansa päivittää, mutta huomattui että kyllä siellä on sellaisia nimää, jotka ei ole ollut vuosiin tässä kunnassa töissä. Sillä me herättiin tässä.”

Muutama kunta on pyrkiänty tekemään sivut sillä periaatteella, että niitä ei tarvitse päivittää ollenkaan tai hyvin harvoin. Tämä periaate on Internetin luonteen vastaista. WWW antaa nimenomaan mahdollisuuden reaalialaikaisen tiedon välittämiseen, joka on yksi sen tärkeimpia ominaisuuksia.

**Verkkoviestinnän organisointi.** Suurimmassa osassa kunnista www-sivulle ei ollut nimetty vastuuhenkilöä kunnan sisällä. Kunnissa, joissa vastuuhenkilö oli nimetty, se oli usein atk-tukihenkilö tai -suunnittelija. Muutamassa kunnassa verkkoviestinnänä vastasivat myös kunnanjohtaja tai kaupunginsihteerin.

Useat kunnat ovat huomannut, että sivujen toimivuuden kannalta on parempi, jos niiden päivittäminen ja vastuu hoidetaan keskitetysti. Kunnat ovat nimeämässä verkkoviestinnälle vastuuhenkilöä, joka koordinoi/auditoi/verkkosivuista.

**Verkkosivujen auditorointi.** Yksikään kunta ei olut tutkinut, mitä mieltä esim. kuntalaiset ovat verkkosivustoa. Muutama kunta oli sitä mieltä, että se olisi hyvä ajatus ja yhdessä kunnassa oli mietitty lomakekyseen teknisestä WWW-sivun kautta. Suurelta osin auditoriin puute johtuu varmaan tavoitteiden ja kohderyhmän selkeyttämättömyydestä. Koska ne eivät ole selkiintyneet, kunnat eivät voi vielä tutkia tavoitteidensa toteutumista.

**Internet kuntien ulkoisessa viestinnässä nyt ja tulevaisuudessa.** Kaikki kunnat näivivät Internetin merkityksen kasvavan tulevaisuudessa. Internetin käyttömahdollisuksien nähdään laajenevan erityisesti kansainvälisessä markkinoinnissa, matkailussa, kuntien ja valtiojen välisessä kanssakäymisessä sekä mainoskanavan (esimateriaali sähköiseen muotoon). WWW-sivut nähdään tulevaisuudessa informatiivisena kanavana kunnan ja kuntalaisten välillä, mutta sen toteutumiseen menee vuosia. Internetin katsotaan tulevaisuudessa korvaavan paikallistelevision, mutta paikallislehdet pitävät edelleen pintansa tärkeänä kuntatiedottamisen kanavana. Tällä hetkellä Internetin tehtävää on lähinnä tukea muita viestintäkanavia.

Kuntien tiedottamisen nähdään lisääntyvän verkossa. Kunnat pystyvät jakamaan ajankohtaista tietoa kuntalaisille enemmän. Tämä vaatii kuitenkin, että Internet-työnohjelmat
yleistyvät kotitalouksissa vieläkin enemmän. Keski-Suomen maakunnan kunnat näkevät
kotitalouksissa olevien yhteyksien määrän vielä liian pieneksi, jotta kuntatiedottaminen
verkossa olisi hyödyllistä.

"Tiedottamisen tavoitteena, tällainen ihmehan on, että kuntalainen saa sitä tietoa silloin
kuin sille parhaiten sopii ja Internetin tarjoaa nimenomaan siitä sen mahdollisuuden.
Tämänhan ei tiedysti poista niitä vanhoja tiedottamisen systeemejä, koska kestävä varmasti 15-
20 vuotta ennen kuin suurin osa väestöstä on tämän internetin käyttäjä." "Sanotaan, että
kuntien kohdalla ollaan kovasti sinne menossa, mutta ei se tämä internetkuviio vielä tänä
päivänä ole sellinen, että pelkästään sen varaan voisi jättää, koska on kuitenkin sellaisia
ihmisitä, jotka eivät myöskään koskaan tule sitä hankkiraan."

Kunnat tiedostavat myös oman osaamattomuutensa verkkoviestinnässä tällä hetkellä.
Resursseja ja osaamista ei ole vielä tarpeeksi, jotta Internetiä voidaan hyödyntää
tarpeeksi.

"Koko organisaatiota tulee olla läpenevä viritetty siiven ohikoiseen viestinnän kehittämiseen,
että se on niinku semmonen kauheen tärkeä pöytiä, että näitä Internet-sivuja pystytyään
tuottamaan myös osastoille ja päivittämään ja laittamaan reaalialiaan."

"Tietysti se (Internetin merkitys) kasvaa, mutta nehin tahtoo olla aika monen mutkan
 takanakin ennen kuin niinkin pääsee (sivuihin), mutta myöllä koska internetin niin varmasti
myös näiden kotsisivujen merkitys lisääntyy. Ja sen takia me oltiinkin huolissamme, että
niiden tulee olla kunnossa, se on yksi käytäntökohti ja hyvin merkittäviä, tämmöiset merkittävät
ja kiinnostuneet ihmiset niitä katselee."

Kunnat tiedostavat WWW-sivujen merkityksen kasvun tulevaisuudessa. Se on saanut
kunnat kiinnittämään huomiota myös omiin sivuikinsa. Niitä uudistetaan ja pyrittään
parantamaan. Kunnat ovat heränneet myös domain-nimen käytön helpouteen käyttäjän
kannalta. Usealla kunnalla sivut ovat ulkopuolisella palvelimella ilman domain-nimeä, jolloin sivujen löytäminen ei ole helppoa.

Muutamassa kunnassa suhtaudutaan vähän skeptisesti Internetin tulevaisuuteen
yleensä, kehityksen etenemistiähan ei voida ennustaa. Internetin käytön nähdään myös
rajoittuvan tietynlaisiin ihmisiin.
5.1.2 Kunnat, joilla ei ole virallisia verkkosivuja


**Tiedotus-suunnitelma tai -ohjeet.** Tiedotusohjeita tai -suunnitelmia ei kunnilla yleensä ollut, mutta sen tekemistä oli harkittu tai kunnanhallituksessa käsiteltiin vuoden alussa tiedottamista ja sovittii tietyt periaatteet. Kahdella kunnalla oli vanhentuneet tiedotusohjeet tai -suunnitelma. Yhdellä kunnalla oli tiedotusohje.

**Tiedottamisen organisointi.** Kokonaisvastuu tiedottamisesta yleisellä tasolla oli kunnanjohtajalla. Vastuuta oli myös hajautettu alemmille tasoille. Mm. toimistosihteeristä, kunnansihteeristä ja vastuunalaisten virkamiehet tiedottivat käytännön tasolla.

**Palautteen kulku kunnan ja kuntalaisen välillä.** Eniten palautetta tuli kirjallisesti kuten yleisönasastokirjoitusten ja kirjeiden kautta. Lisäksi palautetta oli saatu suoraan kunnan työntekijöille kasvotusten tai puhelimitse. Pienillä paikkakunnilla tunnetaan ihmiset ja asioista on helppo kertoa suoraan. Muita palautekanavia olivat mm. aloitelaatikko, kyläkierroksit ja huhut.

**Syyt verkkosivujen puuttumiseen.** Suurin osa verkkosivujen puuttumiseen oli teknisten resurssien puute. Kunnilta puuttuivat valmiudet sivujen tekemiseen ja ylläpitoon. Internet-yhteysikä ei myöskään ollut käytössä. Muita syitä olivat “yleinen saamattomuus” ja “ei ole mitään kunnemmempaa syytä”.

**Onko harkittu verkkosivujen laittamista Internetiin.** Kaikille seitsemälle kunnalle ei tulossa tämän vuoden aikana omat verkkosivut Internetiin. Osa kunnista oli miettinyt tavoitteita ja kohderyhmiä jo etukäteen, mutta mukaan mahtui myös kuntia, jotka eivät olleet tarkentaneet sivujen toimintoja.
**Tavoitteet ja kohderyhmät kuntien verkkosivuille.** (a) Yleisinformaation jakaminen kunnasta. Sivuilla ei ole mitään tiettyjä tavoitteita tai kohderyhmää. Niillä pyritään jakamaan yleistä tietoa kunnasta kaikille kiinnostuneille.

"No, mä en tiedä oikeestaan, kohderyhmä, mä en tiedä, se on sellainen yleisinformaatio, että se on tietysti se päätähtökohta ja se, että kunta tulisi tietoksi ja myös toisalta sitten se vuorovaikutus..."

"No, ei me olla tollein sitä kyllä pohdittu, kyllä mä niinku lähden siitä, että sen alku vaiheessa pitäisi niinku vastata tällaiseen yleiseen tiedon tarpeeseen, tiedottamiseen..."

"Meillä on nyt tässä tilanteessa tällainen yleinen tavoite jakaa tietoa ja saada ne sivut sinne."

(b) Parempi tiedottaminen kuntalaisille. Verkkosivujen avulla pyritään parantamaan kuntatiedottamista ja jakamaan kunnallista informaatiota verkon kautta. Verkkosivut eivät kuitenkaan korvaa mitään viestintäkanavaa, vaan ne tukevat muita viestintäkeinoja.

"Yksi tavoite parempi tiedottaminen kuntalaisille, eliikä sinne tulee sitten kaikki näät päätöksentekoon liittyvät ja myöskin sinne tulee varmasti tämmöninkin missä keskeisiä asioita muutenkin käsitellään, elikä tiedotteen typpinen, jota voi sieltä käydä lukemassa."

(c) Matkailumarkkinointi. Sivut nähdään enemmänkin markkinointikeinona kuin viestintäkanavana. Niillä pyritään antamaan tietoa kunnan nähtävyyksistä, matkailukehiteistä ja majoitumahdollisuksista. Internetin kautta pyritään tekemään kuntaa tunnetuksi.

"...myöhemmin voisi olla tällainen matkailuyhteistyö elikä yhteistyö matkailualan kanssa."

(d) Internetissä mukana oleminen. Sivuilla ei ole mitään olemassaolon merkitystä. Verkkosivut on laitettu Internetiin, koska muillakin kunnilla on.

"...että on niinku joku sivu siellä, että ollaan mukana."

**Internet kuntien ulkoisessa viestinnässä tulevaisuudessa.** Yleensä ottaen kunnat näkevät Internetin merkityksen säilyvän ja kasvavan tulevaisuudessa, mutta suhtautuminen Internetin tarpeellisuuteen vaihteli.
(a) Internetin käyttö tulee laajentumaan, mutta verkossa olo nähdään velvoitteena. Tiedostetaan Internetin käytön kasvun merkitys, mutta verkossa ollaan mukana pitkin hampain. Periaatteessa siellä ololle ei ole mitään syytä nyt eikä tulevaisuudessa, mutta poiskaan ei voida jäädä.

"Kyllä se minusta tulee laajentumaan, ja kyllä itse tietysti tullaan sellaiseenkin tilanteeseen, että eihän sieltä voi poissakaan olla jos siellä muut on, elikä poistolukonnen juttu."

(b) Verkkosivujen käyttö kunnan viestinnässä lisääntyy, mutta sen toiminto on tukeva eikä se korvaa muita viestintäkanavia. Verkkosivujen merkitys korostuu tulevaisuudessa kuntatiedottomisen osalta. Sivujen merkitys kuntalaisille tulee kasvamaan, ja sitä kautta pyritään jakamaan tietoa. Internet ei kuitenkaan korvaa muita tiedotuskanavia, vaan tukee niitä.

"Kyllä se jos ajatellaan täällä niin ihan kuntalaisukokulmaa, niin kyllä tuo tietokone aikalailla useassa taloudessa jo rupee tään päivänä oleraan ja kirjastossa voi sittä käyttää ja niin edelleen, niin ihan tuo tiedon saanti näistä kunnan päätöksistäkin..."

"Kai se on nähtävä... kyllä siitä on tullut tällainen tettu tuote, mutta ei se niinku vielä tietystä aikataululla syrjäytä muunkaan viestinnän tarvetta... kyllä meidän joka tapauksessa täytyy paperia ja muuta viestintää edelleenkin ylläpitää siinä rinolla ja yhtä tärkeänä, jopa tärkeämpänänkin tämän tyypillisissä kunnissa..."

(c) Verkkosivujen merkitys kunnan markkinoinnissa korostuu. WWW-sivujen merkitys korostuu lähinnä markkinoinnissa ja nimenomaan matkailussa. Se nähdään hyvänä kanavana kunnan tunnettuuden parantamisessa ja matkailun kehittämisessä.

"...yleensä kunnan näkymisen ja tapahtumien mainostaminen sitä kautta varmasti korostuu entisestään."
5.2 Kuntien verkkosivut


Useimmat kunnat olivat tehneet linkkisivun, jolle oli koottu linkkejä kuntien ulkopuolisille sivukokonaisuuksille, mm. kirjastoihin, hakupalveluihin, eduskuntaan ja muiden kuntien sivuille. Mielenkiintoinen ja hyvä ominaisuus oli verkkosivujen sisällys tai ohjeistus, joka löytyi viiden kunnan sivuilta. Sivuille oli laitettu ohjeet sivujen käytöstä, navigointikaavio ja / tai sisällysluettelo. Tämä toiminto selkeytti sivuilla suunnistamista.
Tiedotteita eivät kunnat juurikaan verkossa julkaissut; kahdella kunnalla oli nähtävissä varsinaisten tiedot. Koulujen ruokalista olivat nähtävillä yhdellä kunnalla. Muita elementtejä olivat mm. tapahtumakalenteri, henkilökunnan omat sivut, yritysten omat sivut, yksittäisen tapahtuman tai projektiin sivut, kuvagalleria ja julkisten kulkuneuvojen aikataulut.


**Vuorovaikutusmahdollisuus eli palautteen anto.** (a) Mahdollisuus antaa sähköpostilla palautetta sivujen tekijöille, jotka mainittiin henkilöinä tai toimistona. (b) Erillinen palautelomake, jossa oli mahdollisuus antaa palautetta, ehdotus tai arvosana sivuista sekä mahdollisuus valita mille toimelle viestin välittää. (c) Mahdollisuus laittaa sähköpostia kunnan työntekijöille jokainen oma sähköposti-osoitteen kautta. (d) Muutamalle ihmiselle mahdollisuus laittaa sähköpostia. (e) Mahdollisuus antaa palautetta webmasterille (sivujen ylläpitäjä), jota ei personoitu. Osoite oli esim. <webmaster@kunta.fi>. (f) Mahdollisuus antaa yleisesti palautetta kunnalle, osoitteesta ei käy ilmi kenelle palauta menee (ei personoitu). (g) Ei minkäänlaista palautelinkkiä kunnalle. (h) Ei mahdollisuutta antaa palautetta sivujen tekijöille tai ylläpitäjälle.

Yhdeksän kunnan sivuilla ei ollut mahdollisuutta lähettää minkäänlaista palautetta kunnalle ja 11 kunnan sivuilla ei voinut antaa palautetta sivujen tekijöille tai ylläpitäjälle. Yleisimmän (8 kunnalla) oli käytössä mahdollisuus antaa yleisesti palautetta kunnalle, jolloin osoite oli esimerkiksi muotoa <kunta@kunta.fi>. Osoite ei silloin ole persoonallinen eikä lähettäjä tiedä, kuka tänen viestinsä lukee ja meneekö se perille halutulla tavalla.

Erillinen palautelomake oli viidellä kunnalla. Ongelmana oli, että usein ei käynyt ilmi kuka palautteese saa eli meneekö viesti halutulla tavalla perille. Parhaiten palautteen anto oli hoidettu kunnalla, jolla oli käytössä palautelomake, josta pystyi valitsemaan antaako palautetta, ehdotuksen vai arvosanan sivuista sekä valita mille toimelle sen välittää.
Sivujen päivitys. Yhdellä kunnalla mainittiin joka sivulla viimeinen päivityspäivämaa. 15 kunnalla päivityksiä ei mainittu millään sivulla. Etusivulla päivitys oli mainittu neljällä kunnalla ja jollair. sisäsivulla se mainittiin kolmella kunnalla. Suurimmalla osalla kuntien sivuista mainintaa viimeisestä päivityspäivämäärästä ei löytynyt.

Kansainvälisyys. Suurimmalla osalla kunnista (13 kunnalla) sivut olivat vain suomeksi. Muutamalla kunnalla (7 kunnalla) oli käytössä myös englanninkielinen versio tai tiivistelmä. Ruotsinkieliset sivut löytyivät kolmelta kunnalta.


Jos kunnalla oli käytössään viralliset verkkosivut useammassa osoitteessa, aiheutti se hieman sekannusta. Oli vaikea päätellä, mitkä niistä olivat ensisijaiset sivut.


(b) Kotisivu, johon oli liitetty yhteydenottomahdollisuus oli 44 %:lla (10/23) kunnista. Sivut välittävät tietoja olemassaolevälle ja potentiaalisille asiakkaille. Käyttäjäkunta koostuu tiedonhakijoista ja satunnaisista kulkijoista. Verkkosivuihin oli myös liitetty palautemahdollisuus ja sähköpostiyhteys.

yleisellä tasolla eli esimerkiksi osoitteeseen <kunta@kunta.fi>. Tällöin palaute on hyvin peroonatonta, kävijä ei tiedä, kuka sen itse asiassa lukee.

Sivukokonaisuuksiin oli panostettu, mutta niiden sisältö ja ulkoasu eivät olleet vielä viimeistelyjä. Ajan myötä näistä sivuista saattaa tulla hyviä kokonaisuuksia, jotka palvelevat useita kohderyhmiä.


Kunnan palvelut olivat esiteltävä kattavasti yhteystietoineen. Kunnalle pystyi antamaan palautetta joko yleisellä tasolla tai työntekijöille erikseen. Sivuilla oli enemmän elementtejä verrattuna kotisivuihin, joilla oli yhteydenottomahdollisuus – mm. karttoja kunnasta, paremmat palautteenantomahdollisuudet ja kuvagallerioida.

(d) Aktiivinen markkinointipaikka tai viestintäkanava oli 9 %:lla (2/23) kunnista. Sivut pyrkivät muokkaamaan asiakkaiden mielikuvia yrityksistä ja sen tuotteista. Tavoitteena on saada kanta-asiakkaita. Verkkosivut muodostivat sisällöllisesti kiinnostavan kokonaisuuden, johon saattoi liittyä keskustelufoorumi.


Hallituksen, valtuuston ja laitakuntien esitysistat, pöytäkirjat ja päätökset olivat luettavissa verkossa. Sivuilla oli myös hyvät palautteenantomahdollisuudet. Käytettävissä oli erillinen palautelomake tai kunnan työntekijöille pystyi laittamaan sähköpostia suoraan. Sivujen valmistaja tai ylläpitäjä mainittiin ja hänelle pystyi
laittamaan palautetta. Sivuilla liikkumista helpotti erillinen sisällysluettelo tai navigointikaavio. Päivitys oli hoidettu ja viimeiset päivityspäivämäärät mainittu.

Sivuilta löytyi kattavasti tietoa kunnan palveluista ja toiminnasta. Sivuilla oli paljon materiaalia, jotka hyödyttävät useita eri kohderyhmiä, esimerkiksi matkailusta tai kunnan päätöksistä kiinnostuneita.

5.3 Sanomalehtien näkemys kuntien verkkoviestinnästä

Internetin käyttö tiedon hankinnassa toimituksellista työtä varten. Toimittajat käyttävät Internetiä toimitukselliseen työhön vaihtelevasti. 21 % (3/14) toimittajista ei käytä Internetiä toimitukselliseen työhön lainkaan. 50 % (7/14) käyttää sitä harvoin tiedon hankintaan, mm. taustatietojen ja yhteystietojen hakemiseen. Pääasiassa kuntaan otetaan kuitenkin henkilökohtaisesti yhteyttä tai käydään paikan päällä. Internetiä ei käytetä, koska lisätietoa ei tarvita tai ei ole aikaa. 29 % (4/14) toimittajista käyttää Internetiä jatkuvasti tiedon hankintaan. Internet on oleellinen osa toimituksellista työtä. Sitä käytetään päivittäin tai lähes päivittäin, mutta säännöllisesti. Sieltä etsitään kaikkea mahdollista tietoa ja se nähdään hyvänä työvälineenä.


Kuntien verkkosivujen hyödyntäminen. (a) Kuntien sivuja ei hyödynnetä, koska oman kunnan sivuja ei ole olemassa tai niillä ei ole uutishyödyntämisen kannalta oleellista materiaalia. Sivuilta puuttuu paikallinen tieto. (b) Kuntien verkkosivuja käytetään koko ajan, mutta niiden sisältö katsotaan puutteelliseksi. Sivuilta etsitään
lähinnä henkilöstötietoja, faktatietoja sekä vuosikertomuksia. Kuntien sivuja käytetään, mutta niillä on vähän hyödynnettävää materiaalia.

(c) Verkkosivuja selailaan, mutta ei hyödynnetä juttuja varten. Sivulta etsitään yhteystietoja ja niihin tutustutaan. Sivuilla käydään, mutta niitä ei hyödynnetä toimituksellisessa työssä.


**Muita kommentteja kuntien www-sivuista.** Sanomalehdet näkevät käytettävissä olevan hyödyn mahdollisuuden kuntien sivuilla. Sivujen ulkoasu toimii, mutta sisältöön ei ole kiinnitetty huomiota toimittajien näkökulmaa ajatellen. Sisällön on oltava luotettavaa eli päivitysten kunnossa. Jos kuntien sivut saadaan toimiviksi, nähdään niiden käytön samoin kuin merkityksen kasvavan. Sivujen katsotaan olevan
vielä kehitteysteella, sillä kuntien verkkoon meni ei ole ollut suunnitelmallista, eikä toteutus asiantuntevaa.

**Internet kuntien ulkoisessa viestinnässä tulevaisuudessa.** Tulevaisuudessa kuntien sivujen merkitys lisääntyy. Mitä enemmän tietoa niillä on, sitä enemmän sitä käytetään. Sivujen käyttäjä tulee lisää, jonka myötä Internetin merkitys myös kunnissa tulee lisääntymään. Sivuja hyödynnetään entistä enemmän ja niille muutoutuu uusia käyttötapoja.

Kuntien sivut kehittyvät. Kunnat kehittävät niitä innokkaasti ja kysyntä niille kasvaa. Tärkeää on sivujen ihmisälyeisyys eli normaalin kuntalaisen tulee saada sieltä häntä kiinnostavaa tietoa. Sivujen tulisi palvella myös kuntalaisia.


Toimittajat huomioivat myös kuntalaisen näkökulman. Sivujen tulisi palvella kuntalaisia ja niillä pitäisi olla uusia toimintapojia. Vaikka Internetin käyttö kuntatiedottamisessa onkin vielä vähäistä, sen katsotaan kasvavan ja korostuvan tulevaisuudessa.

**Muita mielipiteitä Internetistä ja kuntatiedottamisesta.** Tässä hetkellä Internetin käyttö nähdeän muita viestintäkanavia tukevana. Sitä ei nähdä ehdottomana väliseenä toimittuksellisessa työssä, mutta se helpottaa työskentelyä. Internetissä oleva tieto on kuitenkin tällä hetkellä hyvin jäsentymätöntä, tiedon etsimiseen menee aikaa. Tieto tulisi saada paremmin hallintaan, jotta sitä voisi tehokkaasti hyödyntää. Internetin käyttö riippuu myös paljon siitä, miten eri sidosryhmät ovat esillä eli mitä tietoa on saavutissa. Ulkoisen imagon luomisessa WWW-sivuja ei nähdä kovin lupaavana areenana. Kuntien kannattaisi käyttää enemmän populistisia kanavia ja keinoja,
näkyvämpää tempauksia. Tällä hetkellä verkkö ei kuitenkaan saavuta kaikkia kohderyhmää.


### 6 JOHTOPÄÄTÖKSIÄ

"Netissä tiedottaminen on aika laimeata, kun kerran on patakäsy joku kuntasivu, niin siellä se pyörii. Etta selailsta todellista tiedottamista kunnilla ei hirveästi ole ollut. Etta kyllä siinä niinku parantamisen varaa on."


Kuntalainen voidaan nähdä tietoverkkojen käytössä pelkkänä asiakkaana, joka käyttää kunnan palveluita tai kunnan omistajana ja jäsenenä, jolla on oikeus saada tietoonsa, mitä kunnan hallinnossa tapahtuu. (Salmikangas 1995, 65.) Tämän
luokitksen perusteella voidaan jakaa myös kuntia verkkosivut. Suurimmassa osassa kunnista ajatellaan kuntalainen asiakkaana, joka käyttää organisaation tarjoamia palveluja. Se heijastuu sivujen toiminnoissa ja sisällössä, joka keskitty tarjoamaan tietoa palveluista eikä niinkään kunnan hallinnollisista asioista. Toiset kunnat taas tarjoavat mahdollisuuden seurata kunnan hallinnon tapahtumia mm. esityslistojen avulla.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kuntien verkkoviestintä</th>
<th>Toteutuminen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Mistä tiedotetaan</td>
<td>Palvelut</td>
</tr>
<tr>
<td>Ajantasaisuus</td>
<td>Huono</td>
</tr>
<tr>
<td>Vuorovaikutus</td>
<td>Vähäinen</td>
</tr>
<tr>
<td>Verkkoviestinnän tavoitteet</td>
<td>Yleinen tiedonvälitys</td>
</tr>
<tr>
<td>Verkkoviestinnän kohderyhmä</td>
<td>Kaikki: kunnasta kiinnostuneet</td>
</tr>
<tr>
<td>Verkkoviestinnän organisointi</td>
<td>Ei organisoitu</td>
</tr>
<tr>
<td>Sivujen valmistus</td>
<td>Kunta tehnyt itse</td>
</tr>
<tr>
<td>Verkkosivujen auditointi</td>
<td>Ei tutkittu</td>
</tr>
<tr>
<td>Suhde muihin viestintäkäänaviin</td>
<td>Tukea</td>
</tr>
<tr>
<td>Tulevaisuus</td>
<td>Positiivinen</td>
</tr>
<tr>
<td>Syy verkkosivujen puuttumiseen</td>
<td>Teknisten resurssien puute</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Kuntien verkkosivujen sisältö keskittyy tällä hetkellä voimakkaasti kuntien palveluihin. Julkisilla palveluilla tarkoitetaan julkisen sektorin tuotoksia ja toimintoja, jotka on tarkoitettu yhteisöille, kansalaisille ja muille asiakkaille (Kiviniemi 1989, 3). Mm. terveydenhuolto, koulutus ja sosiaalihuolto ovat kunnan tuottamia palveluja. WWW-sivuilta palveluista olivat voimakkaimmin esillä elinkeinoelämä, koulutus ja matkailu.


käytöön – 4000-25000 asukkaan kunnista 46 % käytti WWW:tä kuntalaisviestintään, kun yli 100000 asukkaan kunnissa käytööaste oli 92 %. Alle 4000 asukkaan kunnissa sitä käytettiin 23 %. Valtakunnallisen tason mukaan myös Keski-Suomen alueella Internetin käyttäisi kuntalaisviestintään 23-46 % kunnista, mikä ei kuvasta todellisuutta. Vain viisi kuntaa mainitsi Internetin kuuluvaan yleistä käytettävissä tiedotuskanaviihin ja vain muutama kunta mainitsi verkkoviestinnän kohderyhmäksi kuntalaiset.


Kunnat ovat tuottaneet sivut päälösin itse. Sisällö on yleensä tuotettu kunnassa, mutta ulkoasun ja teknisen toteutuksen suunnittelussa on saattettu käyttää ulkopuolista henkilöä; yleensä opiskelijoita, harjoittelijoita tai mainostimistoa. Ongelmaksi jälkeenpäin on muodostunut osaavien työntekijöiden puute. Usein sivujen tekemisessä on ollut mukaan määräaikainen työntekijä, jonka lähde työllä työntekijöillä ei ole ollut tarpeellista osaamista. Näin sivut ovat jääneet sellaisiksi kuin ne on aikoinaan suunniteltu ja valmistettu.


parhaalla mahdollisella tavalla. Verkkosivut ovat käyntikortti organisaatiosta ja niiden antama huono vaikutelma säilyy pitkään.


7 TUTKIMUKSEN ARVIOINTIA

Laadullista tutkimusta on vaikea tehdä ilman subjektiivista näkemystä. Subjektiivisuus nousee esille jo tutkimussuunnitelmaa tehdessä – on täysin tutkijasta kiinni, mistä näkökulmasta hän ilmiöitä tarkastelee ja mitkä piirteet häntä siinä kiinnostavat. Siten perinteiset yleistettävyyden periaatteet eivät välttämättä sovi laadullisen tutkimuksen luonteeseen.

entisestään sekä kartoittaa koko Suomen kunten verkkoviestinnän tilanne esim. lomakekyselyllä.


Puhelin sopii hyvin teemahaastatteluun kanavaksi, jos haastateltavia on suhteellisen paljon ja he sijaitsevat maantieteellisesti laajalla alueella. Usein tutkijan on mahdotonta käydä fyysisesti paikan päällä suorittamassa haastattelut. Vaikka puhelin asettaa rajoituksia haastattelutilanteeseen, helpottaa se myös haastateltavan asemaa. Häneltä menee vähemmän aikaa itse haastattelun ja yhteisen ajan löytyminen ei muodostu ongelmaksi. Suositeltavaa on kuitenkin, että teemarunko on melko lyhyt ja selkeä. Täysin avoimen haastattelun tekeminen olisi vaikeaa puhelimetse. Myös
puolistrukturoitu haastattelu osoittautui erittäin sopivaksi menetelmäksi, sillä kysymysten määrä oli pieni. Lisäksi toimittajat olivat kiireisiä, eikä heillä välttämättä ollut aikaa keskittyä syvempään haastatteluun.

Reliabiliteetti tarkoittaa tutkimustulosten pysyvyyttä eli toistettaessa tutkimus saadaan samat tulokset (Eskola & Suoranta 1996, 166). Laadullisen tutkimuksen tätäkään toistaminen on vaikeaa. Subjektiivisen luonteen vuoksi tutkijan persoonallisuus vaikuttaa helposti tutkimuksen tuloksiin. Tutkimus tulee kuitenkin raportoida niin hyvin, että se antaa muille tutkijoille toiston mahdollisuuden.


LÄHTEET


LIITTEET

LIITE 1: Kunnat, joilla on viralliset verkkosivut Internetissä

Tutkimuksessa mukana olleet Keski-Suomen alueen kunnat, joilla oli omat verkkosivut Internetissä.

Hankasalmi www.reg.fi/ksliitto/kunnat/hankasalmi
Joutsa www.joutsa.fi
Jyväskylä www.jkl.fi
Jyväskylän mlk www.jklmlk.fi
Jämsä www.jamsa.fi
Karstula www.karstula.fi
Keuruu www.keuruu.fi
Konnevesi www.reg.fi/ksliitto/kunnat/konnevesi
Kuhmoinen www.reg.fi/ksliitto/kunnat/kuhmoinen
Kyyjärvi www.kyyjarvi.fi
Laukaa www.laukaa.fi
Leivonmäki www.reg.fi/ksliitto/kunnat/leivonmaki
Multia www.reg.fi/ksliitto/kunnat/multia
Petäjävesi www.reg.fi/ksliitto/kunnat/petajavesi
Pihlipudas personal.eunet.fi/pp/ole/pihkipudas
Saarijärvi www.travel.fi/fin/Saarijarvi
Sumiainen www.reg.fi/ksliitto/kunnat/sumiainen
Suolahti www.suolahti.fi
Toivakka www.reg.fi/ksliitto/kunnat/toivakka
Uurainen personal.eunet.fi/pp/uurkirj/etusivu.html
Viitasaari www.viitasaari.fi
Äänekoski www.aanekoski.fi
LIITE 2: Kunnat, joilla ei ole virallisia verkkosivuja Internetissä

Tutkimuksessa mukana olleet Keski-Suomen alueen kunnat, joilla ei ollut omia verkkosivuja Internetissä:

- Kannonkoski
- Kinnula
- Kivijärvi
- Luhanka
- Muurame
- Pylkönmäki
- Korpilahti
LIITE 3: Tutkimuksessa mukana olleet Keski-Suomen maakunnan sanomalehdet

Tutkimuksessa mukana olleet Keski-Suomen alueen sanomalehdet.

Hankasalmen Sanomat
Keskisuomalainen
Keski-Suomen Viikkolehti
Koillis-Häme
Korpilahti
Kotiseudun Sanomat
Kuhmoisten Sanomat
Laukaa-Konnevesi
Petäjävesi
Sampo
Sisä-Suomen Lehti
Suur-Keuruu
Väiden Kunnan Sanomat
Viitasaaren Seutu
LIITTE 4: Kuntien haastatteluiden teemat

Kunnat, joilla on viralliset verkkosivut

Kunnallisen tiedottamisen kanavat
Tiedotussuunnitelma/ohjeet
Tiedottamisen organisointi
Palautteen kulku kuntalaisten ja kunnan välillä
Verkkosivujen suunnittelu ja valmistus
Kuntien osuus sivujen suunnittelussa
Miten sisältö on päättetty
Verkkosivujen kohderyhmä
Verkkosivujen tavoitteet
Sivujen päivitys
Verkkoviestinnän organisointi
Verkkosivujen auditointi
Internet kuntien ulkosessa viestinnässä tulevaisuudessa.

Kunnat, joilla ei ole virallisia verkkosivuja

Kunnallisen tiedottamisen kanavat
Tiedotussuunnitelma/ohjeet
Tiedottamisen organisointi
Palautteen kulku kuntalaisten ja kunnan välillä
Sytyt verkkosivujen puuttumiseen
Onko harkittu verkkosivujen laittamista Internetiin
Internet kuntien ulkosessa viestinnässä tulevaisuudessa
LIITE 5: Sanomalehtien haastatteluiden kysymykset

Miten Internetiä käytetään toimituksellista työtä varten?
Hyödynnetäänkö kuntien verkkosivuja toimituksellisessa työssä?
Miten kuntien verkkosivut voisivat palvella paremmin toimittajia?
Internet kuntien ulkoisessa viestinnässä tulevaisuudessa?
Muita mielipiteitä kuntatiedottomisesta ja / tai Internetistä?
LIITE 6: Verkkosivujen sisällön erittely

X-merkki kuvaa frekvenssiä eli kuinka monen kunnan sivuilla kyseinen ominaisuus on ilmennyt.

Sivujen sisältö

a. palvelut
   – sivistystoimi        XX
   – liikuntatoimi        XX
   – kulttuuritoimi       XX
   – sosiaali- ja terveyspalvelut XX
   – koulutus             XXXXXXX
   – rakentaminen         X
   – asuminen             XXX
   – elinkeinoelämä       XXXXXXX
   → yritysten sivut
   – kirjasto             XXX
   – kirkko              X
   – energiapalvelut      X
   – matkailu            X
   – nuorisotoimi        X
   – tekninen lautakunta  X
   – ympäristölautakunta  X
   – rakennuslautakunta   X
   – työvoimatoimisto     X
   – seurakunnat         X
   – palvelumuistio      X

b. kunnan organisaatiorakenteen esittely
   – hallituksen, valtuuston ja lautakuntien kokoonpanot lueteltu      XXXXXXXXX
- luottamushenkilöt x
- kunnanjohtajan oma sivu xx
- organisaatiokartta x
- päätöksenteko (henkilöt esiteltynä) x

c. pöytäkirjat xxxx
- aloitteet x
- esityslistat xx
- päätökset xxx

d. yhteystiedot
henkilökunnan
- osoitteet xxxxxxx
- puhelinnumerot xxxxxxxxxxx
- sähköpostiosoitteet xxxxx
- työkuvauskset x
- valokuvia joistakin työntekijöistä x

kunnan yhteystiedot
- puhelinnumero xxxxxxx
- osoite xxxxxxx

e. linkkisivu
- linkejä kunnan ulkopuolisille sivuille xxxxxx
-> esim. kirjastot, eduskunta
- > kansalaisen käsikirja x
- muita kuntia Suomessa x
- linkejä kunnan muille sivuille, esim. kirjastoon tai raittiustoimeen, 
  jos näillä erilliset sivut x
- hakukoneet xx
- ystävyyskaupunkien sivut xx

f. Sisällys / ohjeistus
– ohjeet sivujen käytöstä  x
– navigointikaavio  xx
– sisällysluettelo  xx

g. tiedotteet
– ruokalistat  x
– lyhyt yleisluontoinen tiedote  x
– tiedote jostain tapahtumasta  x

h. tapahtumakalenteri  xxxxxxxx

i. Keskustelufoorumi
– aihetta alustavia artikkeleita kunnan ihmisten kirjoittamina  x
– chattifoorumi kunnan ja kuntalaisten välille,
  kuntalaisilla mahdollisuus osallistua keskusteluun  x

j. henkilökunnan omat sivut
– työnteväus  x
– valokuva  x
– kirjoitus  x

k. fakta- ja tilastotietoja kunnasta
– pinta-ala, asukasluku  xxxxxxxx
– elinkeinojen jakautuminen, pääelinkeinot  xxxxxx
– sijainti, luonto  xxxxxxxx
– suurimmat yritykset (työlistäjät)  xxx
– tontit ja niiden hinnat  xxxxx
– kunnan kartta  xxxxxxxx
– historiaa  xxx
– ajo-ohjeet  xx
– miten tulet eri kulkuneuvoilla  xx
– taloustietoja  x
l. matkailu
– nähtävydet ja matkakohteet xxxxxx
  yhteystietoineen (lueteltu)
– majoitus- ja ruokapalvelut xxxxxxxx
  yhteystietoineen (lueteltu)
– matkakohteiden esittely ilman yhteystietoja xxx
– majoitushdollisuuksista tai matkailusta ei mitään tietoja x
– kalastus xxx
– linkkejä matkailusivuille x
– harrastushdollisuudet x

m. sähköpostiosoitteen erikseen xxx
n. yritysten omia sivuja xxx
o. yksittäisen tapahtuman tai projektin sivut xxxxxx
p. kuvagalleria xxx
q. yleinen kuvaus kaupungista xx
r. julkisten kulkuneuvojen aikataulut x

s. "Uutta"-hakemisto xxxxx
– kaikkea uutta, jota tullut sivuille, mukana myös tiedotusluontoista asioita

t. www-hakemisto x
– aakkosellinen hakemisto kaupungin Internet-palveluistaa

u. talouskatsaus x
v. tietoja muuttajalle x
w. kylätoiminta x
x. kulttuuri x