

570

**KUNNAT VERKOSSA**  
**Internet ja kuntatiedottaminen**

Yhteisöviestinnän  
Pro gradu -tutkielma  
Jyväskylän yliopisto  
Viestintätieteiden laitos

Mervi Lamberg

**JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO**

|   |                                   |
|---|-----------------------------------|
| Tiedekunta<br><b>HUMANISTINEN</b>   | Laitos<br>VIESTINTÄTIETEIDEN      |
| Tekijä<br>Mervi Lamberg   |                                   |
| Työn nimi<br>KUNNAT VERKOSSA<br>Internet ja kuntatiedottaminen  |                                   |
| Oppiaine<br>Yhteisöviestintä  | Työn laji<br>Pro Gradu -tutkielma |
| Aika<br>syyskuu 1998  | Sivumäärä<br>61+9                 |
| <p>Tiivistelmä - Abstract</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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. Municipals 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.</p> <p>Because of this process of change, the results of this study may get out of date quite soon.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.</p> |                                   |
| Asiasanat<br>kuntatiedottaminen, kunnat, Internet, verkkoviestintä, viestintäkanava, WWW  |                                   |
| Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto/Tourulan kirjasto   |                                   |
| Muita tietoja   |                                   |

# 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 sidosryhmät .....                               | 13 |
| 2.5 Kunnallisen tiedottamisen kanavat .....                | 15 |
| 3 INTERNET VIESTINTÄKANAVANA .....                         | 17 |
| 3.2 Internet-välitteinen viestintä .....                   | 19 |
| 3.3 Verkkoviestinnän ominaisuudet .....                    | 21 |
| 3.4 Internetin käyttö ja käyttäjäprofiilit .....           | 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 keruu .....                                  | 31 |
| 5 TULOKSET JA POHDINTAA .....                              | 34 |
| 5.1 Kuntien tiedottaminen ja verkkoviestintä .....         | 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 Sanomalehtien näkemys kuntien verkkoviestinnästä ..... | 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<br>sanomalehdet ..... | 64 |
| LIITE 4: Kuntien haastatteluiden teemat.....                                      | 65 |
| LIITE 5: Sanomalehtien haastatteluiden kysymykset.....                            | 66 |
| LIITE 6: Verkkosivujen sisällön erittely .....                                    | 67 |

# 1 JOHDANTO

Ensimmäinen askel kunnallisen tiedotustoiminnan järjestämiseksi Suomessa otettiin vuonna 1949. Tällöin Helsingin kaupunginhallitus antoi virastoilleen ohjeita, joiden mukaan ne voisivat tarpeen vaatiessa järjestää tiedotustilaisuuksia omasta toiminnastaan. Ensimmäinen päätoiminen tiedottaja palkattiin vuonna 1956 Tampereelle. Helsinki, Turku, Vantaa ja Espoo seurasivat perässä. (Räihälä 1984, 90.) Kunnallinen tiedotustoiminta oli alussa varsin pääkaupunkiseutupainotteista ja käsitti lähinnä suhdetoiminnan. Tiedottaminen käsitettiin yksisuuntaiseksi viestinnäksi, vastaanottajalta ei odotettu liiemmin palautetta.

70-luvulla koko kunnallisen tiedottamisen käsite muuttui uuden kunnallislain pykälän 37 myötä – siinä määriteltiin kunnallisen tiedottamisen tehtävät ja tavoitteet ensimmäisen kerran. Samalla käsite viestinnästä muuttui. Kuntalaisten osallistumismahdollisuudet ja vuorovaikutus kunnan ja kuntalaisten välillä nähtiin tärkeänä (mm. Haikonen, Kivistö, Varpasuo 1977, 15.)

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

Tietoyhteiskunnan merkitys on laaja-alainen. Yleisimmin se käsitetään informaatioyhteiskunnaksi eli tiedosta muodostuu hallitseva tuotannon tekijä ja ammattirakenne muuttuu siten, että informaatioammatit lisääntyvät. Työssäni käsitän tietoyhteiskunnan Mannermaan (1998) mukaan enemmänkin kommunikaatio- tai vuorovaikutusyhteiskunnaksi. Tällä tarkoitetaan uuden kommunikaatioteknologian mahdollistamaa ihmisten välistä vuorovaikutusta ajasta ja paikasta riippumatta. (Mannermaa 1998, 70.) Tietoyhteiskunnan viestintäkanavat erikoistuvat ja kohdentuvat, nyt puhutaan täsmäviestinnästä. Valitulle joukolle voidaan lähettää valittu tieto valittuna

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

Pöyhönen (1987, 28) on todennut: "Hallinnossa olisi kehitettävä järjestelmiä, jotka kannustavat ihmisiä osallistumaan ja edistävät vuorovaikutusta päättäjien ja kansalaisten välillä. Tässä varmaankin voisi hyödyntää tietotekniikkaakin – miten, sen jätän alan asiantuntijoiden pohdittavaksi. Kyse olisi kuitenkin oltava kaksisuuntaisesta yhteydestä". "Kun atk ja tietoliikenne joskus todella ovat tulleet kaikkien ulottuville, pääsee kunnallinen kansanäänestyskin leviämään useammille aloille. Tällä tarkoitan neuvoa antavaa mielipiteiden ilmaisemista, en vaalien kaltaisia instituutioita. Mutta jälleen kyseessä olisi dialogi elikkä tiedon olisi kuljettava molempiin suuntiin."

Pöyhönen (1987) on siis nähnyt Internetin kunnille antamat mahdollisuudet jo ennen sen yleistymistä. Hän korostaa myös viestinnän kaksisuuntaisuutta. Internetin avulla kunta voi viestiä kuntalaisille tai kunnan ulkopuolisille henkilöille ja saada palautetta toiminnastaan. Vastaavasti kuntalaisilla on mahdollisuus viestiä aktiivisesti ja aloitteellisesti kunnalle ja saada palautetta kunnalta.

Kuntatiedotuksen viestimien kehityksen painopiste 80-luvun kirjallisuudessa on kuitenkin kaapelitelevisiossa ja videoissa. Luodon (1987) mukaan videosta olisi pitänyt tulla lähivuosina kunnan tiedotustoiminnan keskeinen apuväline. Videon puolesta puhuvat sen ominaisuudet – kätevyys, halpuus, nopeus ja tehokkuus. Samat edut pätevät kuitenkin myös Internetiin viestintäkanavana. Harva aavisti vielä 90-luvun alussakaan Internetin aiheuttamaa mullistusta viestinnän rintamalla. Sen käyttö yleistyi huimaavaa vauhtia yhteiskunnassa, eikä sen merkitystä varten otettavana mediana voida enää sivuuttaa. Internetin World Wide Webin rinnalla mikään muu media ei tarjoa vastaavaa tilaisuutta reaaliaikaiseen, monipuoliseen ja maailmanlaajuiseen viestintään.

Tutkimuksen tavoitteena on kartoittaa nykytilanne siitä, miten Keski-Suomen maakunnan kunnat hyödyntävät Internetiä tiedottamisessaan. Kunta-käsitteellä tarkoitetaan sekä alueen kaupunkeja että kuntia. Tutkimuksen pääkysymyksiä ovat miten Internet sijoittuu kuntien tiedotusstrategiaan, millaisia kuntien verkkosivut ovat, miten sivut on tuotettu sekä millaisia ovat sanomalehtien näkemykset kuntatiedottamisesta Internetissä. Kuntatiedottamista Internetissä ei ole aikaisemmin juurikaan tutkittu – työn tuloksia on mahdollista soveltaa kuntien verkkoviestinnän kehittämiseen.

## 2 TIEDOTTAMINEN JA KUNNAT

Tiedottaminen mielletään perinteisesti yksisuuntaiseksi viestinnäksi. Tällöin lähettäjä ainoastaan välittää informaation vastaanottajalle (Wilcox, Ault, Agee 1998. 164). Palaute puuttuu kokonaan. Muun muassa Lasswellin viestintämalli ja Berlon Source Message Channel Receiver -malli ovat yleinen esimerkki tällaisesta viestintäprosessista (Ruben 1992, 25-33). Näissä malleissa lähettäjä välittää viestin vastaanottajalle tiettyä kanavaa pitkin, mutta dialogi ei jatku eli palautetta ei saada.

Jos tarkastellaan kuntien käyttämiä tiedotuskanavia, huomataan miten lähellä tällaista yksisuuntaista viestintää kuntatiedottaminen on ollut. Perinteisiä kuntatiedottamisen kanavia ovat olleet mm. kunnan ilmoitustaulu ja sanomalehdet (Taskila 1995). Esityslistojen lähettäminen medioille onkin yleisimpiä tapoja tiedottaa kunnissa (mm. Haikonen ym. 1977; Taskila 1995 ja Kuntien viestintä 1997). Ongelmana näissä kanavissa on palautteen saaminen kohderyhmiltä. Sanomalehdet ja ilmoitustaulu välittävät viestin eteenpäin, mutta lukijoilla ei ole mahdollisuutta dialogiin kunnan kanssa.

Tässä työssä tiedottaminen käsitetään laajemmaksi käsitteeksi. Se on nimenomaan kaksisuuntaista viestintää, johon kuuluu olennaisesti vuorovaikutteisuus ja dialogi lähettäjän ja vastaanottajan välillä (Wilcox, Ault, Agee 1998, 164). Vuorovaikutteisudella ymmärretään vastaanottajan mahdollisuus antaa palautetta ja osallistua viestintäprosessiin.

### 2.1 Kuntatiedottaminen

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

mielenkiintoa herättävistä vireillä olevista asioista, niistä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä ja tehdyistä ratkaisuksista. Kunnanhallituksen tehtävänä on on johtaa ja valvoa tätä tiedotustoimintaa". Vuonna 1995 kunnallislaki uudistettiin, ja kunnallinen tiedottaminen määriteltiin kuntalaissa tarkemmin. Periaate säilyi kuitenkin samana.

Aikaisempi (1977) kunnallislain tiedotustoimintaa koskeva pykälä oli yleisluontoinen lauseke, jolla pyrittiin turvaamaan asukkaille mahdollisuus seurata oman kuntansa asioiden hoitoa, tarvittaessa osallistua päätöksentekoon kuntalaisille varatuin keinoin sekä valvoa kunnan hallintoa. Lainkohta velvoitti tiedottamaan, mutta jätti käytännön soveltamisen kuntien päätettäväksi. (Haikonen ym. 1977, 11.) Nykyinen voimassa oleva kunnallislaki velvoittaa kunnat tiedottamaan huomattavasti tarkemmin määritellyin reunaehdoin. Pääidea on kuitenkin säilynyt samana eli tiedottaminen on suunnattava kuntalaisille kulloinkin tarkoituksenmukaisia tiedottamistapoja käyttäen.

Kuntalain 29 § (1995) velvoittaa kunnat tiedottamaan seuraavasti: "Kunnan on tiedotettava asukkailleen kunnassa vireillä olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä ratkaisuksista ja niiden vaikutuksista. Kunnan on laadittava tarvittaessa katsauksia kunnan palveluja, taloutta, ympäristönsuojelua ja maankäyttöä koskevista asioista. Asukkaille on myös tiedotettava, millä tavoin asiasta voi esittää kysymyksiä mielipiteitä valmistelijoille ja päättäjille. Milloin kunnan tehtävä on annettu yhteisön tai säätiön hoidettavaksi, kunnan on sopivin tavoin tiedotettava asukkailleen yhteisön tai säätiön toiminnasta." (Heuru 1995, 192; Harjula & Prättälä 1995, 195; Kuntien tiedottaminen 1995, 5.)

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

Merkittävä osa tiedottamista koskee myös kunnan asukkaiden neuvontaa, jota hallintomenettelylain 4 § säätelee. Sen mukaan viranomaisen on tarpeen mukaan annettava asianosaiselle ja muullekin henkilölle neuvoja siitä, miten sen toimialaan kuuluva asia pannaan vireille ja miten asiaa käsiteltäessä 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 tietoja kunnan toiminnasta ja mahdollisuus osallistua kunnan toimintaan. "... Kuntalaisten on saatava entistä enemmän tietoja 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 päätöksentekoon. (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 osallistumisestaan kunnallishallintoon sekä sen tasosta ja aktiivisuudesta. (Luoto 1987, 119).

Luoto (1987) käsittää tiedotustoiminnaksi johdonmukaisen ja suunnitelmallisen viestinnän, jonka tavoitteena on viestien lähettäminen ja vastaanottaminen sekä niiden vaikutusten arviointi ja palautteen saaminen. Kunnan tiedotustoiminta on viestintää, jota kunta harjoittaa sekä organisaation sisällä että ulkopuolella vaikuttavien sidosryhmien kanssa. (Luoto 1987, 99). Tämän käsitteen mukaisesti kuntatiedottaminen on laajempi käsite kuin kunnallislain pykälä 29 antaa ymmärtää. Kunnallislain mukaan kuntatiedottaminen on suunnattu kuntalaisille, kun taas Luoto (1987) sisällyttää sen piiriin myös muut ulkoiset kohderyhmät.

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 sidosryhmiin ja relevanttiin ympäristöön (Kreps 1986, 22-23). Ulkoista viestintää ovat mm. markkinointi ja tiedottaminen organisaation ulkopuolisille kohderyhmille.

Ulkoisen viestinnän päätehtävä on tiedon välitys organisaation ja sen relevantin ympäristön kanssa. Relevantti ympäristö käsittää kaikki ne tahot, joiden kanssa organisaation edustajilla on suora kontakti. Kuntien relevantti ympäristö kattaa mm. kuntalaiset ja valtiohallinnon edustajat. Tarkoituksena on lähettää tietoa relevantin ympäristön edustajille, sekä etsiä oleellista tietoa ympäristöstä organisaatiota varten. (Kreps 1986, 242.) Organisaatioiden tulee myös jatkuvasti seurata ympäristöä mahdollisten muutosten vuoksi. Viestinnän onnistumisen kannalta on tärkeää sopeuttaa organisaation toiminta muutoksiin jo hyvissä ajoin. Kunnilla tällaisia muutosprosesseja ovat olleet mm. Euroopan Unioniin liittyminen ja sen vaikutukset kuntien toimintaan.

Ulkoisen viestinnän keskeisimpiä kysymyksiä on, kenelle tiedotetaan (Ikävalko 1996, 61). Kunnankin on siis määriteltävä nykyiset ja potentiaaliset tiedottamisen kohderyhmät. Kohderyhmät tulee kartoittaa ja laatia niiden ominaisuuksien pohjalta tiedotussuunnitelma. Sen avulla kunta pystyy koordinoimaan tiedotustoimintaansa ja organisoimaan omat resurssinsa. Tiedotussuunnitelmassa tulee määritellä kohderyhmät, joita tiedottamisella tavoitellaan sekä viestintäkanavat, joita käytetään. Kanavat voidaan eriyttää ryhmäkohtaisesti tai käyttää samoja kanavia kaikille ryhmille. Kaiken taustalla on tiedottamiselle asetetut tavoitteet, joihin pyritään. Tavoitteena voi olla mm. parempi tiedottaminen kuntalaisille tai uusien asukkaiden saaminen kuntaan.

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.

Suunnitelma voidaan laatia suppeana, pelkästään ulkoisen viestinnän osalta, tai laajempaan koskien myös sisäistä tiedottamista. Keinoja ja kanavia valittaessa on myös otettava huomioon olemassa olevat tietokanavat, kunnan koko, kohderyhmien demo- ja sosiografinen rakenne sekä kunnan organisaation rakenne (Haikonen ym. 1977, 93). Suuren kunnan resurssit riittävät laajemman viestintäjärjestelmän ylläpitämiseen sekä päätoimisen tiedottajan palkkaamiseen. Pienen kunnan tiedottaminen on usein hoidettu oman työn ohella eli sen on hoitanut esimerkiksi kunnansihteeri.

Kuntalaisille kohdistetun tiedotustoiminnan keskeinen periaate on, että asia esitetään tavalla, joka on kuntalaisten 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 määrällinen lisääminen riittää ratkaisemaan tiedottamisen ongelmat, vaan on kiinnitettävä huomiota tiedottamisen laatutekijöihin, joita ovat selkeys ja ymmärrettävyys. (Haikonen ym. 1977, 57.)

Hemánus (1997, 36-38) käsittelee Hirstiö-Snellmanin tutkimusta Helsingin kaupungin tiedottamisesta 1985. Hirstiö-Snellman kiinnitti tutkimuksessa eritoten huomiota kuntalaisten tarpeelle saada tietoa omiin näkökulmiinsa perustuen. Siis tärkeää oli kunnallisen tiedottamisen sisällön kehittäminen, ei niinkään määrällinen lisääminen. Lisäksi hän painottaa tiedon merkitystä välineenä eikä tavoitteena tai itseisarvona sinänsä. Kuntalainen hakee tietoa ja sitä käytetään tietyn tarpeen mukaan. Kaikessa tiedotustoiminnassa tulisi siis ajatella käyttäjää.

Hirstiö-Snellman huomasi myös, että kuntalaiset eivät välttämättä tarkoita tiedonpuuttella faktatiedon puutetta, vaan enemmänkin apua ja tietoa tämän faktan tulkittamiseen ja soveltamiseen omaan tilanteeseensa. Jos kuntalaiselle tiedotetaan uusi kunnallislain pykälä, hän ei tiedä miten se vaikuttaa hänen elämäänsä ellei siitä kerrota esimerkkiä. Tiedon puute on usein yksilöllistä ja tilannekohtaista. Siinä Internet palvelee oivasti tiedon tarvisijaa – jos kunta on päivittänyt uusimman tiedon sivuillensa ja rakentanut ne siten, että niiltä myös löytyy tarvittavaa tietoa, saa kuntalainen kaipaamaansa tiedon sieltä silloin kun sitä tarvitsee.

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

### **2.3 Kuntatiedottamisen tavoitteet ja organisointi**

70-luvulla määritellyt kuntatiedottamisen tavoitteet eivät ole vanhentuneet vielä. Kunnallisen tiedotustoiminnan tavoitteena on tarjota kuntalaisille kokonaiskuva kunnasta, sen hallinnosta ja toiminnasta; selvittää kuntalaisille heidän oikeutensa ja velvollisuutensa sekä antaa kunnasta riittävästi tietoja kunnan ulkopuolisille kohteille, julkiselle sanalle ja suurelle yleisölle (Haikonen ym. 1977, 23).

Tavoitteet ovat kuitenkin melko yksisuuntaisia. Kunta tarjoaa ja antaa tietoa, mutta ei odota vastaanottajilta mitään palautetta siitä miten siinä on onnistuttu. Tämä on ristiriidassa kuntalaisten ja kunnan välisen vuorovaikutuksen sekä kuntalaisten osallistumismahdollisuuksien painottamisen kanssa (vrt. s. 5). Vaikka palautteen tärkeys mainitaan, se ei ole ollut riittävän tärkeä kirjattavaksi kuntatiedottamisen tavoitteeksi.

Kuntatiedottamisen tavoitteet voidaan käsittää myös laajemmin. Kunnallisen tiedotustoiminnan tulee:

- antaa tietoja kunnallishallinnosta ja oman kunnan toiminnasta ja tilasta
- helpottaa kaikkien kunnan jäsenten edellytyksiä käyttää oikeuksiaan ja vastata velvollisuuksistaan 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 osallistumismahdollisuuksia
- luoda foorumi erilaisten 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 valittujen tarkoitusperien toteuttamisessa ja yhteisten tavoitteiden saavuttamisessa. (Viinikka teoks. Anttiroiko 1989, 140.)

Kaikkien näiden tavoitteiden saavuttamiseksi kunnan tulee tiedottaa eri kanavia käyttäen.

Molemmissa tavoitteissa on yhteisiä piirteitä, mutta 80-luvun lopulla kuntalaisten asema korostuu enemmän. Kuntalaisten erilaiset edellytykset, kuten koulutus ja ikä, tulee ottaa huomioon kuntatiedottamisessa. Erilaiset edellytykset korostavat viestintäkanavien valinnan tärkeyttä – yhdellä kanavalla ei tavoiteta kaikkia. Tärkeää on myös kuntalaisten kiinnostuksen herättäminen kunnallisia asioita kohtaan sekä vuorovaikutus kunnan ja kuntalaisten välillä. Keskustelufoorumina voisi esimerkiksi toimia kuntien WWW-sivut. Niiden kautta olisi mahdollista keskustella reaaliajassa sekä herättää keskustelua kuntalaisia kiinnostavista asioista. Tiedottamisen yhtenä tehtävänä on herättää kuntalaiset huomaamaan itsensä toimivan kuntayhteisön jäseniksi sekä tavoittaa ne kuntalaiset, jotka eivät ole kiinnostuneet kunnallisesta toiminnasta ja saada sanomansa ymmärretyksi (Haikonen ym. 1977, 24).

Yleisesti ottaen voidaan todeta, että kunnan tiedotustoiminnan tavoitteet toteutuvat silloin, kun kuntalaiset tietävät mistä ja miten he saavat tarvitsemansa kuntaa koskevat tiedot (Luoto 1987, 113). Siksi myös verkkosivuista olisi tiedotettava tai niitä olisi markkinoitava erikseen, jotta kuntalaiset tietävät, mitä tietoa he verkosta löytävät. On kuitenkin huomattava, että kunnan tiedotustoiminnan tavoitteet tulisi määrittellä myös kunnan ulkopuoliset kohderyhmät huomioon ottaen. Kunnilla on tärkeitä sidosryhmiä relevantissa ympäristössään.

Kunnanhallituksen tehtävänä on johtaa ja valvoa kunnan tiedotustoimintaa eli kunnanhallitus on vastuuelin. Sen tehtävänä on määrittellä kunnan tiedotustoiminnan tavoitteet, antaa toimintaohjeet ja valvoa, että tiedotustoiminta hoidetaan lain ja asetettujen tavoitteiden edellyttämällä tavalla. (Haikonen ym. 1977, 13; Harjula & Prättälä 1995, 169-170; Kuntien tiedottaminen 1995.)

## 2.4 Kunnan sidosryhmät

Kuntien sidosryhmät voidaan jakaa sisäisiin ja ulkoisiin sidosryhmiin. Sisäisiä ryhmiä ovat mm. virkamiehet ja luottamushenkilöt. Ulkoisia sidosryhmiä ovat mm. seurakunta, järjestöt, naapurikunnat, kuntainliitot, kunnan asukkaat, tiedotusvälineet, yritykset, valtiolta (Luoto 1987, 15). Ryhmät voidaan jakaa edelleen tarkemmin alaryhmiin.

Anttiroiko (1989, 64) jakaa teoksessaan kunnan sidosryhmät 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 ryhmänään.

| Kunnalle läheiset sidosryhmät | Kunnalle etäiset sidosryhmät                      |
|-------------------------------|---|
| Asukkaat<br>– kuntalaiset     | Hallinnon sidosryhmät<br>– valtio ja viranomaiset |

- muut kunnassa asuvat / työssä kävijät
- potentiaaliset kuntaan muuttajat

#### Elinkeinoelämä

- yritykset, yrittäjät
- yrittäjien yhteistyöjärjestöt
- potentiaaliset yrittäjät

#### 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 uskonnolliset 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 erityisalajat
- radiot, valtakunnalliset, paikalliset ja alueelliset

KUVIO 1. Kuntien sidosryhmät.

Kunnalle läheiset sidosryhmät ovat kunnan kanssa läheisessä yhteistyössä ja vuorovaikutuksessa. Asukkaat, elinkeinoelämä, matkailijat ja muut kunnassa toimivat yhteisöt ovat tiiviissä ja näkyvässä kanssakäymisessä kunnan kanssa. Etäiset sidosryhmät ovat kunnalle tärkeitä ryhmiä, mutta kunnan ja niiden välinen vuorovaikutus ei ole yhtä läheistä ja näkyvää. Esim. hallinnolliset sidosryhmät ovat tärkeitä tiedonlähteitä valtionhallinnon asioista, mutta ne eivät ole näkyvä osa kunnan toimintaa. Mediat käsitetään erilliseksi omaksi ryhmäkseen, sillä ne ovat kunnalle tärkeä ulkoisen viestinnän kanava. Kunnat viestivät sekä niille että niiden kautta.

Kun kunta suunnittelee omaa tiedotustoimintaansa ja sen organisointia, tulee sen miettiä myös oikeita kanavia näiden sidosryhmien saavuttamiseksi. Kunnalle läheiset ryhmät tarvitsevat säännönmukaisempaa viestintää. Etäisten ryhmien kanssa kunta viestii yleensä tarvittaessa. Nämä erot tulee ottaa huomioon viestintäkanavien valinnassa.

## **2.5 Kunnallisen tiedottamisen kanavat**

Kunnallinen tiedotustoiminta jaetaan kahteen ryhmään: suoraan ja välilliseen tiedottamiseen. Suoraa tiedottamista ovat mm. tiedotustilaisuudet, tiedotteet, lehti-ilmoittelu yms. Välillistä tiedottamista on kaikki se tiedotustoiminta, jonka sisältöön, ajoitukseen ja muotoon jokin kunnan hallinnon ulkopuolinen tekijä voi vaikuttaa. (Räihälä 1984, 92.) Joukkotiedotusvälineet ovat välillisiä tiedottamisen kanavia, mutta kunnat tarvitsevat myös välittömän eli suoran tiedotusyhteyden kuntalaisiin (Haikonen ym. 1977). Välittömiä kanavia tarvitaan silloin, kun tieto halutaan välittää kuntalaisille täsmälleen halutussa muodossa, halutaan tavoittaa kaikki kuntalaiset, sanoma on tarkoitettu tietyille kohderyhmälle, halutaan lisätä kunnan ja kuntalaisten välitöntä vuorovaikutusta sekä kun kuntaa koskevia tietoja tarjotaan kunnan ulkopuolisille sidosryhmille (mm. matkailijoille, yrittäjille ja yhteisöt) (Haikonen ym. 1977, 57).

Taskila (1995) on tutkinut kunnallista tiedottamista kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä. Tutkimuksesta selvisi, että kuntien käyttämistä virallisista tiedotuskanavista käytetyin oli kunnan ilmoitustaulu (94 % vastanneista). Sen jälkeen käytettiin paikallislehtiä (30 %) ja muita maakuntalehtiä (16 %). Maakunnan

ykköslehteä käytti 28 % vastanneista, kun taas kunnan omaa lehteä käytti 16 % vastanneista. Yleisesti käytettiin useampaa tiedotuskanavaa yhtäaikaan, vain 6 % käytti yhtä kanavaa.

Kuntien viestintä 1997 –tutkimuksessa käytetyin virallinen viestintäkanava oli tilattava paikallislehti (82 % vastanneista kunnista). Maakunnan ykköslehteä käytti 38 % ja ilmaisjakelulehteä 21 % vastanneista kunnista. Virallista ilmoitustaulua ei mainittu kanavana. Nämä tulokset koskevat kuntien ulkoista viestintää yleensä, kuntalaisviestintä käsiteltiin tutkimuksessa erikseen.

Pääasialliset tiedotuskanavat olivat molemmissa tutkimuksissa samat. Ilmoitustaulua lukuunottamatta kunnat käyttivät eniten välillisiä tiedotuskanavia. Ainoastaan virallisen ilmoitustaulun käytön merkitys vaihteli, mikä voi johtua myös tutkimusmenetelmistä. Molemmat tutkimukset toteutettiin kirjekyselynä lomakkeella, mutta kysymysten muoto ja asettelu vaihtelivat. Internetiä kuntien virallisena viestintäkanavana yleisessä ulkoisessa viestinnässä ei käytetty kummassakaan tutkimuksessa. Kuntien viestintä 1997 –tutkimuksessa Internetiä käytettiin kuntalaisiin suuntautuvassa viestinnässä.

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

Esityslistojen asianmukaisuuteen ja ymmärrettävyyteen on syytä kiinnittää huomiota, sillä se palvelee kaikkia esityslistojen käyttäjiä. Esityslistojen sisältö ja viesti tulisi voida ymmärtää sellaisena kuin se on tarkoitettu. Viime kädessä tavallisen kuntalaisenkin tulee ymmärtää, mistä itse asiassa on kysymys (Haikonen ym. 1977, 49). Vastuu tiedon ymmärrettävyydestä jää kuitenkin viimekädessä medioille. Kuinka paljon ne editoivat aineistoa, mitä nostavat siitä esille ja millä tavalla.

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

Viestintäkanava on laite tai mekanismi, jota pitkin viesti kulkee lähettäjältä vastaanottajalle sekä vastaanottajalta lähettäjälle (O'Hair ym. 1995, 77). Kanava voi olla esimerkiksi kahdenkeskinen keskustelu. Rajat kanavien välillä ovat häilyviä. Esim. sähköposti on sekä kirjallista että tietokonevälitteistä viestintää. Organisaatiossa voi olla käytössä yhtä aikaa useita kanavia jotka voivat toimia sekä sisäisessä että ulkoisessa viestinnässä. Niiden eriyttäminen mahdollistaa sisäisessä viestinnässä eri kanavien käytön kuin ulkoisessa viestinnässä.

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 välittömän palautteen antamisen; voidaanko viesti kohdistaa tietylle kohderyhmälle; voiko viesti koostua useista eri esitystavoista (kuva, ääni, nonverbaalinen viestintä) ja salliiko media rikkaan kielen ja sanaston käytön (O'Hair ym. 1995, 78.)

Kun tarkastellaan viestintäkanavan rikkauden ominaisuuksia, huomataan, että Internet on hyvin rikas kanava. Internet täyttää myös Timmin (1995, 62) kriteerit tehokkaalle viestintäkanavalle. Internetin kautta lähetetyn viestin vastaanottaa sille tarkoitettu kohderyhmä. Vastaanottaja tulkitsee viestin juuri samalla tavalla kuin lähettäjä on halunnut. Viesti muistetaan pitemmän aikaa ja se voidaan käyttää sopivan tilanteen ilmetessä.

Vastaanottajan tulkinnan varmistaminen on aina vaikeaa riippumatta käytetystä kanavasta. Siihen vaikuttavat vastaanottajan jo olemassa olevat asenteet, tiedot ja arvot. Samoin käytettäessä WWW:tä viestintäkanavana, on vaikea varmistaa miten vastaanottaja tulkitsee verkkosivujen kautta välitettävän viestin. Riippuu täysin verkkosivujen lukijasta, miten hän tulkitsee sivujen ulkoasun ja sisällön sekä kokonaisuudesta syntyvän mielikuvan.

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.)

Internet muuttaa käsitystä demokratiasta ja sen toteuttamistavoista erilaisissa yhteisöissä, jota Keskinen (1995) nimittää teledemokratiaksi. Teledemokratia nostaa esille Internetin käytön kansalaisten vuorovaikutuskanavana yhteiskunnallisessa päätöksenteossa. Kysymyksessä ei ole pelkkä äänestäminen tietoverkon kautta ajasta ja paikasta riippumatta. Teledemokratian erityispiirre on nimenomaan yksisuuntaisen viestinnän muuttaminen monisuuntaiseksi ja tämän mahdollisuuden hyväksikäyttö. Kuntalaisen pitäisi siis päästä vaikuttamaan päätöksentekoprosessiin jo asioiden aloite- ja valmisteluvaiheessa. (Keskinen 1995, 10.) Internet antaa siihen mahdollisuuden, mutta sitä pitää hyödyntää. Tieto on demokratian osatekijä vain, jos se on muotoiltu tavalla, jonka kaikki ymmärtävät. Tiedon pitäisi myös olla saatavilla silloin kun sitä tarvitaan. (Rastas 1995, 97.) Internetin hyödyntämisen myötä demokratian käsite kunnissa saattaa muuttua oleellisesti. Se mahdollistaa suuremman vuorovaikutuksen kunnan ja kuntalaisten välillä.

Nurminen (1987) näki tietoverkkojen mahdollisuudet kuntien toiminnassa jo ennen niiden tuloa. Hänen mukaansa mekaanisesta tiedonsiirrosta päästään todelliseen kommunikaatioon. Atk:n avulla voidaan vähentää kuntalaisten "luukuilla juoksemista" ja käyttää sitä hyväksi mm. kirjastoissa ja tietopalvelujen kehittämisessä. Edessä on vielä sekin aika, että kunta joutuu markkinoimaan palvelujaan. (Nurminen 1987, 66.) Internetin merkityksen lisääntyminen kuntien toiminnassa on nähtävissä kunnallisten kirjastopalveluiden kehittämisessä ja Internet-yhteyksien avaamisessa kirjastoissa. Kuntalaisille annetaan mahdollisuus käyttää Internetiä ilmaiseksi. Se on yksi tapa parantaa kunnan palveluita ja kuntalaisten hyvinvointia.

Internet on demokraattinen viestintäkanava myös käyttäjien sosio-demografista asemaa ajatellen. Käyttäjän yhteiskunnallinen status tai koulutus eivät estä viestintäprosessiin osallistumista, vaan kuka tahansa voi julkaista siellä melkein mitä tahansa. Kaikilla on oikeus "surffata" verkossa. Toisaalta kaikilla ei ole mahdollisuutta käyttää Internetiä. Se on kaikille avoin viestintäkanava, mutta sen käyttö vaatii tietyt resurssit. Käyttäjällä tulee olla tietokone, tarvittavat ohjelmat ja yhteys verkkoon. Viestintäkanavaksi Internet muodostuu rajoittamattomien yhteyksiensä vuoksi, mutta sitä kautta voivat viestiä vain ne, joilla on tietokoneen lisäksi yhteys Internetiin.

Oman ongelmansa muodostavat myös nuoret – miten heidät saisi kiinnostumaan kunnan toiminnasta. Salmikangas (1995) näkee tulevaisuuden ratkaisuna tietoverkot ja sitä kautta Internetin. Tietoverkot muodostavat oivan kanavan nuorten ja kunnan välille, koska nuoret ovat kiinnostuneita tekniikasta ja Internetistä (1995, 65).

Täytyy kuitenkin muistaa, että: "Tiedottamisessa on aina pohjimmiltaan kyse yksilöstä, hänen tavastaan kokea ja omaksua saatavilla oleva tieto tai tarpeestaan hankkia sitä " (Haikonen ym. 1977, 35). Siten 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**

Internetin käytössä on kyse henkilö-tietokoneviestinnästä. Henkilö viestii tietokoneen kanssa tai sen välityksellä toisen yksilön kanssa. Henkilö-tietokoneviestintä eroaa keskinäisviestinnästä siten, että tietokone ei voi tuottaa spontaania ja ei-ennustettavissa olevaa palautetta (Cathcart & Gumpert 1986, 331). Tietokone on ohjelmoitu vastaamaan tietyillä tavoilla riippuen ihmisen syöttämästä datasta. Tärkeä ero keskinäis- ja henkilö-tietokoneviestinnän välillä on "ohjelma". Koska tietokoneet täytyy ohjelmoida, dialogin tulos on ennustettavissa. WWW ei sellaisenaan sovellu tämän määrittelyn alle. Vaikka siinä on kyse henkilön ja tietokoneen välisestä interaktiosta, dialogissa on mahdollista antaa ja saada ei-ennustettavissa olevaa palautetta. Ihminen voi antaa WWW:n kautta palautetta toiselle ihmiselle, vaikka heidän välilleen ei synnykään keskustelua. Juuri tämä vuorovaikutteisuuden ja reaaliaikaisuuden vaihtelevuus tekee Internetistä mielenkiintoisen.

World Wide Web yleistyi vasta 1990-luvun alussa, josta lähtien sen kasvu on ollut huima (Mirabito 1997, 87). Internetin ja WWW:n käytön suosion syitä ovat mm. helppokäyttöiset selaimet ja reaaliaikaisen interaktion mahdollisuus. WWW:ssä on myös mahdollista yhdistää dokumenttiin erilaisia viestintäkeinoja, kuten ääntä ja liikkuvaa kuvaa. (Mirabito 1997, 189-190.)

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

digitaalisessa muodossa. Nämä ominaisuudet eivät ole käyttäjälle ilmeisiä eivätkä välttämättä tiedostettuja. Internetin viestinnän rakenteellinen eroavaisuus perinteisiin medioihin nähden vaikuttaa myös vastaanottajien tiedon käsittelyyn. Tiedon digitalisointi mahdollistaa hyvin abstraktien, hierarkkisten ja objekti-suuntautuneiden tietorakenteiden suunnittelun - tiedon manipulointi helpottuu (Newhagen & Rafaeli 1996, 7).

Internet-perusteinen tietokonevälitteinen viestintä (Internet-based computer-mediated communication) sisältää tiedon vaihtoa, joka tapahtuu globaalissa, tietoverkkojen muodostamassa kokonaisuudessa käyttäen TCP/IP-protokollaa (tiedonsiirtoprotokolla) ja asiakas-palvelin -mallia tiedon viestinnässä (December 1996, 24). Viestit voivat kulkea eri aikaviiveillä ja jakelutavoilla. Ne voidaan koodata erilaisilla esitystavoilla. Vaihdamisen tuloksena syntyvä tieto voi sisältää laajan valikoiman symboleja, joita ihmiset käyttävät kommunikointiin. Internet-viestinnän tärkeimpiä ominaisuuksia onkin mahdollisuus yhdistää ääntä, kuvaa, liikkuvaa kuvaa ja tekstiä.

Internet-välitteinen viestintä on keskinäisviestintää, joka tapahtuu Internet-tietoverkon kautta. Keskinäisviestintä taas voidaan käsittää prosessina, jossa ihmiset vaihtavat symboleja. Symbolien vaihto Internet-viestinnässä ilmenee tiedon esitystavassa. Tiedon välitys lähettäjän ja vastaanottajan välillä tapahtuu asiakas-palvelin mallin ja TCP/IP-prokollan mukaan (December 1996, 23.) Kysymyksessä on siis mediavälitteinen keskinäisviestintä (mediated interpersonal communication), jossa teknologinen media on lisätty face-to-face -vuorovaikutustilanteeseen. Tarkemmin sanottuna Internet-viestintä on henkilö-tietokone -keskinäisviestintää (person-computer interpersonal communication), jossa Internetin rakenteen ohjelmoi ihminen (ihmiset). Ohjelmoija ei kuitenkaan ole viestin lähettäjä tai vastaanottaja, vaan yksilö kommunikoi tietokoneen ohjelman (esimerkiksi Netscapen) kanssa selailtaessa WWW-sivuja.

Internet-viestintä voidaan käsittää myös jatkumona, jossa perinteisen viestintämallin jokainen osa voi vaihdella yhdestä moneen (Morris & Ogan 1996, 42). Viestin lähettäjä voi vaihdella sähköpostiviestinnän yhdestä henkilöstä WWW-sivun tekijöihin. Viesti sinänsä voi olla perinteinen journalistinen uutinen tai vaikkapa keskustelu Internet Relay Chat -ryhmässä. Vastaanottaja tai yleisö voi vaihdella yhdestä henkilöstä miljooniin potentiaalsiin vastaanottajiin, jotka voivat olla myös lähettäjiä.

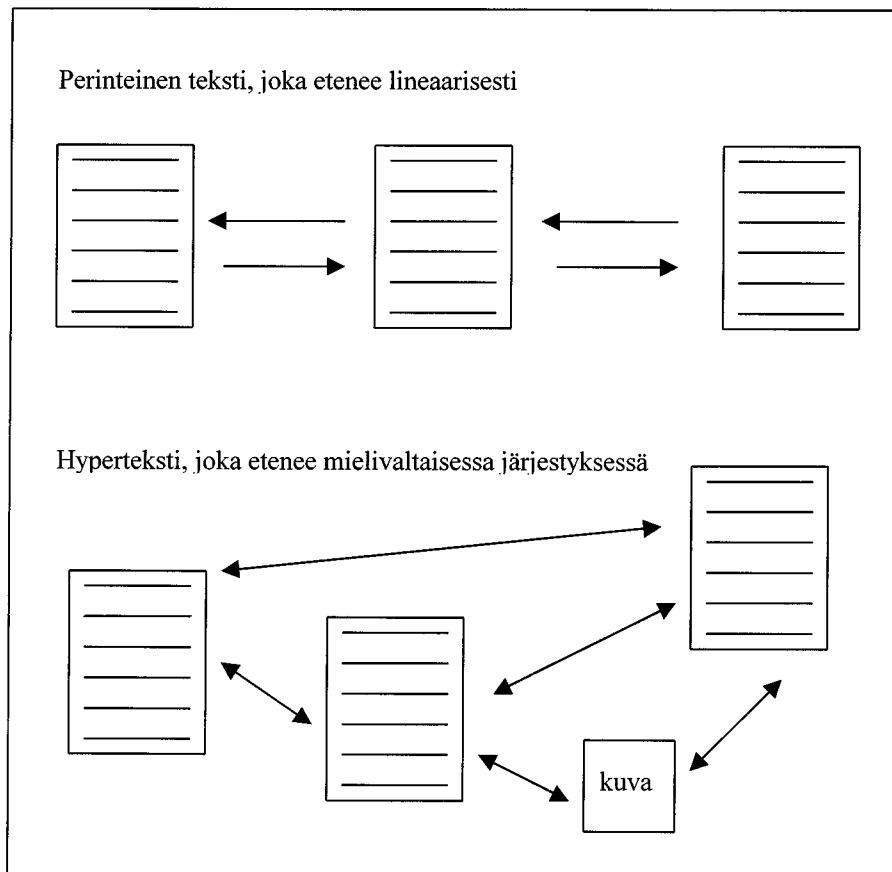
(Morris & Ogan 1996, 42.) Viestintämallien rooli ja sopivuus Internet- viestintään riippuu siis kontekstista: onko esimerkiksi kysymyksessä WWW-sivujen selailu vai viestien lähettäminen sähköpostilla. Internet-viestinnän määrittely riippuu myös aikaviiveestä, tiedon jakelutavasta ja esitysmuodosta. Tärkeä piirre on lähettäjä-vastaanottajasuhteen muuttuminen myös toisin päin – vastaanottaja voi olla myös lähettäjä.

Viestin lähettäjä-vastaanottajasuhde Internetissä voidaan jakaa neljään ryhmään. (a) Yhdeltä henkilöltä yhdelle henkilölle tapahtuva ei samanaikainen viestintä (one-to-one asynkronous), kuten sähköposti. (b) Monelta henkilöltä monelle henkilölle tapahtuva ei samanaikainen viestintä (many-to-many asynkronous), kuten uutis- tai keskusteluryhmät, joihin ilmoitaudutaan 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 tietyn aiheen ympärille organisoitua tai vaikkapa Internet Relay Chat –keskustelukanava. (d) Ei samanaikaisesti tapahtuva viestintä (asynkronous communication), jonka piirteisiin kuuluu vastaanottajan tarve etsiä 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 keskusteluryhmät (IRC). Tästä monikasvoisesta luonteesta johtuen Internetin yleisöä on lähes mahdoton määrittää.

### 3.3 Verkkoviestinnän ominaisuudet

Perinteisen median ominaispiirteitä ovat mm. yksisuuntainen lähetys yhdeltä-monelle, kaikille sama sisältö, samanaikainen ja tiettyyn aikaan tapahtuva jakelu sekä staattisuus eli sisällön lopullisuus tai muuttumattomuus. Uuden median ominaispiirteitä ovat mm. digitaalisuus, verkottuneisuus, reaaliaikaisuus eli päivitettävyyys, kaksisuuntaisuus (monelta-monelle tai monelta-yhdelle tapahtuva viestintä), vuorovaikutteisuus sekä



KUVIO 2. Lineaarisen ja ei-lineaarisen tekstin rakenne.

henkilökohtaisuus. Nämä ominaisuudet ovat muuttaneet tiedon sisältöä ja jakelua melkoisesti. (Hintikka 1996, 3.)

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

Multimedia tarkoittaa tietokoneella tapahtuvaa äänen, liikkuvan kuvan, kuvan ja tekstin eri muotojen yhdistämistä toimivaksi kokonaisuudeksi (Ekholm & Oesch 1993, 43). Hyperteksti (KUVIO 2) koostuu itsenäisistä tekstin osista, joita voidaan yhdistää eli linkittää toisiinsa. Se mahdollistaa tekstissä liikkumisen mielivaltaisessa järjestyksessä ja kyseenalaistaa myös viestinnän lineaarisuuden. Tekstielementeistä syntyy moniulotteinen dokumenttien verkosto, joka etenee kaikkiin suuntiin. Hyperteksti voi

sisältää myös grafiikkaa, ääni- ja kuvatiedostoja tekstitiedon lisäksi. (Ekholm & Oesch 1993, 45-46.) Perinteisesti lukija on voinut selata tekstiä eteen- ja taaksepäin eli tekstin asiasisältö on vastannut tekstin rakennetta. Internet muuttaa tämän käsityksen kokonaan, antamalla viestin vastaanottajalle vapaat kädet päättää missä järjestyksessä hän etenee. Lopputuloksena syntyy useita eri tekstikokonaisuuksia, riippuen lukijan valinnoista. (Ekholm & Oesch 1993, 17.)

Internet on interaktiivista, vuorovaikutteista viestintää. Interaktiivisuudella tarkoitetaan missä määrin kommunikaatio heijastuu takaisin vastaanottajalta lähettäjälle eli tulee palautetta ja viestintä reagoi menneeseen (Newhagen & Rafaeli 1996, 6). Interaktiivisuus voidaan määrittää kolmella tasolla. Kaksisuuntainen ei-interaktiivinen viestintä (two-way noninteractive) on viestintää, jossa ei synny palautetta lähettäjän ja vastaanottajan välille. Esimerkiksi tiedonsiirrossa käyttäjältä toiselle ja takaisin (FTP) ei palautetta välttämättä synny, vaikka se onkin kaksisuuntainen prosessi. Näennäisinteraktiivisessa (quasi-interactive) viestinnässä kommunikaatiotilanne näyttää vuorovaikutteiselta, mutta se ei ole sitä. Tästä voi olla esimerkkinä televisio. Täysin interaktiivinen (fully interactive) viestintä on kommunikaatiota, jossa palaute kulkee jatkuvasti lähettäjän ja vastaanottajan välillä ja molemmat reagoivat siihen. Esimerkiksi face-to-face -keskustelu tai reaaliaikainen keskustelukanava Internetissä ovat tämän määritelmän perusteella täysin interaktiivisia. Interaktiivisuus myös muuttuu kontekstin mukaan, nousee tai vähenee riippuen kyseessä olevasta Internetin palvelusta. Rajojen vetäminen interaktiivisuuden tasojen välille on vaikeaa Internetin monikasvoisuudesta johtuen. (Rafaeli teoks. Morris & Ogan 1996, 46.)

Interaktiivinen media antaa vastaanottajalle mahdollisuuden vaikuttaa viestin sisältöön, ajoitukseen ja paikkaan (Ruben & Stewart 1998, 206). Vastaanottaja voi siis valita sisällöstä häntä kiinnostavat asiat, vastaanottaa viestin silloin kuin haluaa ja missä haluaa. Esimerkiksi Internet antaa tähän hyvät mahdollisuudet ja voidaan siis käsittää vuorovaikutteiseksi mediaksi.

Median interaktiivisuuden tasoon vaikuttavat monet ominaisuudet. (a) Käytössä olevien vaihtoehtojen 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 tasoon. (c) Kuinka

aktiivisesti media vastaa käyttäjälle eli kuinka hyvin median toiminnot vastaavat ihmisten välistä interaktiota. (d) Kuinka hyvin media pystyy sopeuttamaan toimintaansa palautteen mukaan. (e) Kuinka helposti käyttäjät pystyvät luomaan ja jakamaan viestejä toisille käyttäjille. (f) Kuinka hyvin media helpottaa interpersonaalista viestintää. (Heeter teoks. Ruben 1992, 265.) Näiden ominaisuuksien perusteella Internet on interaktiivinen media. Tämä edellyttää, että Internetin käsitteeseen sisällytetään myös sähköposti, tiedonsiirtomahdollisuus ym. Internetin toiminnot. Kaikki toiminnot yhdessä nostavat vuorovaikutteisuuden tason hyvin interaktiiviseksi.

Internetin tärkeimpiä ominaisuuksia ovat nimenomaan vuorovaikutteisuus, multimedia ja reaaliaikaisuus. Ne toteutuvat WWW-sivuilla, jos niissä on hyödynnetty kaikkia multimedian ominaisuuksia, palautteenantomahdollisuutta ja aktiivista rakennetta.

### 3.4 Internetin käyttö ja käyttäjäprofiilit

Hintikka (1994) ryhmittää Internetin palvelut seuraavasti: viestintä ja uutiset, tiedonhaku, tiedonsiirto ja virtuaalidellisuus (digitaalila). Viestintä ja uutiset – ryhmä kattaa sähköiset julkaisut ja sähköpostin käytön. Tiedonhaku käsittää “surffauksen” ja tiedon etsimisen verkosta.

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

| Mekaaniset toiminnot | Interaktiiviset toiminnot |
|----------------------|---------------------------|
| tiedonsiirto         | sosiaalinen interaktio    |
| tiedonhaku           | viestintä                 |

KUVIO 2. Internetin käyttöryhmät.



Mekaaniset toiminnot ovat rutiininomaisia suorituksia, joilla on tietty spesifi tavoite. Niistä puuttuu usein vuorovaikutteisuus. Tiedostonsiirto on tietomateriaalin (teksti, kuva ym.) siirtämistä paikasta A paikkaan B. Se voi olla kaksisuuntaista viestintää, mutta siitä puuttuu usein palaute. Tiedostonsiirron tarkoituksena on mahdollisimman nopea ja sujuva aineistonsiirto. Tiedonhaku käsittää aktiivisen ja tavoittelisen tiedon etsimisen verkosta. Tietoa voi etsiä esim. WWW:n tai keskusteluryhmien kautta.

Interaktiiviset toiminnot käsittävät Internetin sosiaalisuuden ja kommunikaation. Sosiaalinen interaktio muodostuu Internetin käyttäjien tarpeesta seurustella keskenään mm. keskustelufoorumeissa. Käyttäjät kokoontuvat yhä uudelleen tiettyihin keskusteluryhmiin tavataksaan siellä tuttuja ihmisiä. Se mahdollistaa sosiaalisen kuuluvuuden tunteen. Viestintä kattaa kaiken sen kommunikaation, joka toteutuu Internetin eri toimintojen kautta. Tällaisia toimintoja ovat mm. verkkojulkaisut, organisaatioiden tai yksilöiden verkkosivut ja sähköpostin käyttö. Ryhmien erot ovat häilyviä, esimerkiksi viestintä kuuluu olennaisesti kaikkeen Internetin toimintaan.

WWW-sivuilla kävijöiden käyttäytymisessä on tehty seuraavat yleistyksset. (a) Internetin käyttäjä liikkuu nopeasti. Hän odottaa tuoretta tietoa johon voi myös vastata nopeasti. Internet-viestinnässä on kyse välittömästä käyttäjän tarpeiden tyydyttämisestä. Käyttäjä on tottunut saamaan kaiken tarvittavan tiedon juuri silloin kun haluaa juuri tietynlaisessa muodossa. Siksi verkkosivuja on uudistettava jatkuvasti ja pidettävä niitä ajantasalla. (b) Käyttäjä etenee verkon sivuilla täysin oman halun mukaan. Koska verkkoviestintä ei ole lineaarista, pystyy käyttäjä etenemään sivuilla hyvinkin epäloogisesti. Tämän vuoksi sivut tulisi suunnitella siten, että kävijä hahmottaa ne kokonaisuutena ja että niiden selailu tapahtuisi mahdollisimman loogisessa järjestyksessä. (c) Verkossa olevan tiedon runsaus vaikuttaa käyttäjien toimintaan. Internetissä on saatavilla niin paljon erilaisia kotisivuja ja erilaista tietoa, että yksittäisen organisaation sivut hukkuvat helposti muiden joukkoon. Organisaation on tehtävä kotisivuista houkuttelevia, helppoja ja nopeita käyttää. Verkkosivujen on myös rohkaistava vuorovaikutukseen ja tarjottava palautemahdollisuuksia. (d) Internet-sivuilla käynti koetaan henkilökohtaisesti. Käyttäjä odottaa, että hänellä on mahdollisuus kertoa, mitä hän sivuista ajattelee. Lisäksi sivuilla tulisi olla myös perinteiset yhteystiedot kuten puhelinnumero. Käyttäjälle tulee antaa valta valita mitä kanavaa pitkin hän ottaa yhteyden organisaatioon tai tiettyyn henkilöön. (Jääskeläinen & Väänänen 1996, 67-69.)

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

Nämä käyttäjien toimintakaavat ja profiilit tulee ottaa huomioon jo kokonaisuutta suunniteltaessa. Sivukokonaisuuden rakenteen on oltava selkeä ja looginen. Täten lukija hahmottaa sijaintinsa sivuilla sekä kokonaisuuden. Ei kannata rakentaa liian laajaa ja sekavaa kokonaisuutta. Jokaisella sivulla tulisi olla seuraavat tiedot: sivun omistajan tarkka personointi, viimeisen päivityksen päivämäärä ja mahdollisuus ottaa yhteyttä omistajaan (Kuusisto & Pippuri 1998, 84). Näiden avulla täytetään monen käyttäjän toiveet – he tietävät miten uutta sietoa sivulla on, kuka sen on laatinut, miten häneltä saa mahdollisesti lisätietoja ja mitä kanavia pitkin. Palkintona hyvin tehdystä suunnitteluvaiheesta organisaatio saa paljon tyytyväisiä kanta-asiakaskäyttäjiä, jotka ovat tavoitelluimpia käyttäjäprofiileista.

### **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 mahdollisuus tuoda itsensä esille halutussa muodossa. Kun kunta antaa tiedotteen tai esityslistan sanomalehdessä julkaistavaksi, voi lehti periaatteessa muokata aineistoa miten haluaa. WWW-sivut “julkaistaan” sellaisena kuin kunta on suunnitellut.

Käytettäessä Internetiä viestintäkanavana, voi sen käyttöä segmentoida ja pyrkiä saavuttamaan tiettyjä kohderyhmiä. Vaikka sillä on mahdollista saavuttaa kaikki sidosryhmät, on sen käytännön toteutus vaikeaa Internetin luonteen vuoksi. Kaikilla ei ole tietokonetta ja tarvittavia yhteyksiä käytössä. Kullakin medialla on omat tavoitteensa, joiden saavuttamisessa kyseinen media palvelee parhaiten. Kunta voi suunnata verkkosivunsa karkeasti jaotellen joko kuntalaisille tai kunnan ulkopuolisille kohderyhmille.

WWW-sivut tarjoavat kunnille uuden väylän jakaa tietoa ja luoda myönteistä kuvaa kunnan toiminnasta. Hyvä kotisivu houkuttelee matkailijoita ja luo luottamusta kunnan toimintaan. Internetin kautta kunta voi tehostaa viestintäänsä tuomalla kunnan päätöksenteon ja palvelut, asukkaiden oikeudet ja velvollisuudet tiedoksi koteihin ja työpaikoille verkon välityksellä. Kuntalainen voi tutkia kotonaan kaikkina vuorokauden aikoina sellaisia dokumentteja, jotka ennen olivat saatavissa virastoita vain virka-aikana. (Oravisto 1996, 96.)

Internet tarjoaa varteenotettavan vaihtoehdon esimerkiksi tiedotuslehden tilalle. Koska usealla kunnalla on jo verkkosivut Internetissä, osaksi niitä voisi sisällyttää esim. tiedotuslehden sähköisen version. Internetin myötä kunnalla on käytettävissä uuden teknologian tuomat mahdollisuudet kuntalaisten ja kunnan välisen interaktion ylläpitäjänä. Internetin ominaisuudet tulisi hyödyntää ja pyrkiä aktiiviseen kaksisuuntaiseen viestintään verkkosivujen kautta. Tämä vaatii kuitenkin suunnitelmallista ja tavoitteellista otetta kunnilta WWW-sivujen toteutukseen.

## **4 TUTKIMUSMENETELMÄT**

Tutkimuksen luonne on kartoittava eli selvitys WWW:n käytöstä kuntatiedottamisessa Keski-Suomen maakunnassa. Vaikka kartoittava tutkimus käsitetään usein laadulliseksi, tätä tutkimusta ei voi rajata puhtaasti kvalitatiiviseen tai kvantitatiiviseen näkökulmaan, vaan se on näiden yhdistelmä. Kartoittavan tutkimuksen luonteen mukaisesti tutkimus selvittää vähän tunnettua ilmiötä (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 1997, 136). Koska kuntatiedottaminen Internetissä on suhteellisen tutkimaton alue, laadullisen tutkimuksen menetelmät sopivat työhön hyvin. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään tutkimaan tutkimusaihetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti, ottaen huomioon todellisuuden moninaisuus (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 1997, 161). Määrällisin menetelmin aineiston rikkaus ja syvyys jää helposti kartoittamatta.

## 4.1 Käytetyt käsitteet

### **Internet ja verkkoviestintä**

Internet on käsitteenä monimuotoinen. Yleensä se mielletään World Wide Webiksi eli visuaalisiksi verkkosivuiksi, joita käyttäjät selailevat. Toki Internetiin kuuluu muitakin toimintoja, mutta tässä työssä Internet käsittää nimenomaan ja vain WWW:n. Termejä Internet ja WWW käytetään samassa merkityksessä toiston välttämiseksi. Verkkoviestinnällä tarkoitetaan WWW-sivuja, mutta laajemmassa mittakaavassa. Verkkoviestintä käsittää organisaation koko Internet-pohjaisen viestinnän ja sen takana on harkittu ja tavoitteellinen suunnitelma. Tutkimuksessa käytetään verkkoviestintä-käsitettä puhuttaessa organisaation WWW-viestinnästä osana muuta organisaation ulkoista viestintää.

### **Kuntatiedottaminen**

Kuntatiedottaminen käsittää suunnitelmallisen viestinnän kunnan ja kuntalaisten sekä muiden sidosryhmien kanssa. Kunnan on tiedotettava kunnassa vireillä olevista asioista ja niitä koskevista suunnitelmista. Asioista on tiedotettava myös jo niiden käsittelyvaiheessa sekä kerrottava tehdyistä ratkaisuksista ja niiden vaikutuksista. Kysymyksessä on aktiivinen viestintäprosessi, joka pyrkii lisäämään vuorovaikutusta kunnan ja sidosryhmien välillä. Olennaista on palautteen kulku kunnan ja kuntalaisten välillä.

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

### **Vuorovaikutteisuus eli interaktiivisuus**

Vuorovaikutteisuus eli interaktiivisuus käsittää yksilöiden välisen dialogin, jossa molemmat antavat palautetta ja reagoivat siihen. Tällöin muodostuu kaksisuuntainen viestintäprosessi.

Viestintätilanteessa, jossa on mukana media (esimerkiksi Internet), interaktiivisuus määritellään sen mukaan, miten paljon vastaanottaja voi kontrolloida viestin vastaanoton ajoitusta ja sisältöä. Vastaanottaja pystyy myös aktiivisesti ja tietoisesti päättämään, miten hän käyttää vastaanottamansa tiedon (Ruben 1992, 263.)

### **WWW-sivut ja viralliset verkkosivut**

WWW-sivut ja verkkosivut omaavat saman merkityksen. Niillä tarkoitetaan HTML-koodiin pohjautuvia visuaalisia kokonaisuuksia, joihin liittyy olennaisesti hyperteksti.

Viralliset verkkosivut käsittävät WWW-sivut, jotka muodostavat kunnan ensisijaisen sivukokonaisuuden Internetissä. Nämä sivut ovat ulkoasultaan ja sisällöltään persoonallisella tavalla toteutettuja ja edustavat kuntaa. Ns. tietosanakirja-kokonaisuuksiin kuuluvat sivut (kuten Fennica: Suomen kunnat) eivät kuulu käsitteen piiriin. Niissä kunnilla on sama ulkoasu ja sisältö eivätkä sivut kuvasta kuntaa.

## **4.2 Tutkimuskysymykset**

1. Miten verkkoviestintä sijoittuu kuntien tiedotusstrategiaan?

- Miten Internet on vaikuttanut kuntatiedottamiseen?
- 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?

- Millainen on sivujen sisältö ja vuorovaikutusmahdollisuus?
- Onko sivut päivitetty eli onko sivuilla 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?

– Onko sivuja auditoitu?

4. Millaisia ovat sanomalehtien näkemykset kuntatiedottamisesta Internetissä?

### 4.3 Kohderyhmä ja otos

Laadullisessa tutkimuksessa keskitytään usein pieneen määrään tapauksia ja pyritään analysoimaan niitä mahdollisimman perusteellisesti. Tällöin aineiston tieteellisyyden kriteeri ei olekaan sen määrä vaan laatu (Eskola & Suoranta 1996, 13). Perinteiset määrällisen tutkimuksen otantavaatimukset eivät pädekään laadulliseen tutkimukseen, vaan otos muodostuu tutkittavan ilmiön ja tutkimusongelman kautta (Eskola & Suoranta 1996, 35.)

Kohderyhmänä on suomalaiset kunnat ja medioiden edustajana sanomalehdet. Kuntien otos muodostui Keski-Suomen maakunnan kunnista, joita on yhteensä kolmekymmentä. Näistä 23:lla kunnalla oli verkkosivut Internetissä (LIITE 1) ja 7:llä ei ollut varsinaisia virallisia kotisivuja (LIITE 2). Tämä oli tilanne tutkimuksen empiiristä osuutta tehtäessä eli huhti-toukokuussa 1998. Otos muodostui harkintaotoksena, koska se oli tutkimuksen toteutuksen kannalta toimiva ratkaisu. Aineiston määrä on kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkimuskohtainen: vastauksia tarvitaan juuri sen verran kuin on aiheen kannalta välttämätöntä (Eskola & Suoranta 1996, 35). Otoksen suuruus oli sivujen alustavan analyysin perusteella riittävä, koska noin 15 analyysin jälkeen ei ilmennyt uutta informaatiota ja aineiston peruslogiikka alkoi toistua. Aineistoa on riittävästi, kun uudet tapaukset eivät tuota enää mitään tutkimusongelman kannalta uutta tietoa (Eskola & Suoranta 1996, 34).

Sanomalehtien edustajien otos muodostui myös harkintaotoksena ja käsitti Keski-Suomen alueella ilmestyvät sanomalehdet eli 15 lehteä. Näin saatiin alueellisesti sama otos kuin kunnista. Tutkimukseen osallistui 14 lehteä (LIITE 3).

#### 4.4 Aineiston keruu

Tutkimus alkoi kuntien verkkosivujen analyysillä. Analyysin kohteena oli sivujen sisältö, kansainvälisyys ja palaute- eli vuorovaikutusmahdollisuus. Analyysien jälkeen ja niiden pohjalta muotoutuivat haastattelukysymykset kunnille ja sanomalehdille. Myös tutkimuskysymykset muotoutuivat ja tarkentuivat tutkimuksen edetessä, mikä on hyvin ominaista laadulliselle tutkimukselle (Alasuutari 1994, 189).

| <b>Kunnat, joilla on verkkosivut</b>   | <b>Kunnat, joilla ei ole verkkosivuja</b>                            | <b>Mediat eli sanomalehdet</b>  |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– WWW-analyysi</li> <li>– Teemahaastattelu</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Teemahaastattelu</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Puolistrukturoitu haastattelu</li> </ul> |

KUVIO 3. Tutkimusasetelma.

Tutkimuksen pohjana oli aineisto- ja menetelmätriangulaatio (KUVIO 3) eli useampia aineistoja ja menetelmiä yhdistettiin keskenään (Eskola & Suoranta 1996, 40). Aineisto koostui sekä valmiista aineistosta (kuntien verkkosivut) että haastatteluiden perusteella saadusta aineistosta. Haastatteluryhmiä oli kolme, joista jokaisella oli oma haastattelurunko.

Valmiista aineistosta eli kuntien verkkosivuja käytettiin kartoitettaessa sivujen sisältöä ja vuorovaikutusmahdollisuuksia sekä kuntien tiedottamista verkossa. Sivut analysoitiin 1.4.-30.4.1998 välisenä aikana. Koska Internetin käyttö kuntien ulkoisen viestinnän kanavana on suhteellisen uutta, sivuja uudistetaan usein. Analysoinnin jälkeen tulleet muutokset sivuihin eivät ole vaikuttaneet tuloksiin. Jos kunnalla oli useammassa osoitteessa verkkosivut, analysoitiin domain-nimellä (esim. <kunta@suomi.fi>) olevat sivut tai esim. Keski-Suomen liiton alla olevat sivut.

Tietosanakirja-tyylisiin kokonaisuuksiin kuuluvia verkkosivuja ei käsitelty, koska ne eivät ole persoonallisia, vaan noudattavat samaa pohjaa kautta linjan.

Kuntien haastatteluilla selvitettiin sivujen valmistusprosessi sekä verkkoviestinnän osuus kuntien tiedotusstrategiassa. Mitkä ovat kuntien verkkosivujen tavoitteet, kohderyhmä(t), suunnittelu ja toteutus sekä syyt verkkosivujen puuttumiseen. Haastattelut toteutettiin puhelimitse teemahaastatteluina. Tarkoituksena oli saada syvällisempää tutkimusmateriaalia kuin lomakekyselyllä olisi pystytty keräämään. Jokaiseen haastatteluun kuului taustakysymyksenä (kaikissa haastatteluryhmissä) haastateltavan toimenkuva ellei se selvinnyt haastattelun alussa muulla tavalla. Haastattelut nauhoitettiin kahta poikkeusta lukuunottamatta.

Puhelimitse suoritettuna teemahaastattelu-käsite ei kuvasta haastattelumenetelmää täysin. Paras käsite on puolistrukturoitu teemahaastattelu. Puhelimen rajoittavat ominaisuudet nousevat esille haastattelutilanteessa. Ei-kielellinen viestintä jää täysin pois ja vaikuttaa osaltaan haastatteluun. Haastattelija ei voi tulkita ilmeitä ja eleitä ja edetä niiden perusteella haastattelussa. Lisäksi puhelimesta on helpompi vastata lyhyesti ja ytimekkäästi, mikä saattaa vaikuttaa vastausten laajuuteen ja syvällisyyteen.

Teemahaastattelulle on ominaista, että strukturoidulle haastattelulle luonteenomainen kysymysten tarkka muoto ja järjestys puuttuvat (Hirsjärvi & Hurme 1995). Täysin avoin haastattelu ei silti ole, vaan ennalta mietityt teema-alueet eli aihepiirit ohjailevat haastattelun kulkua. Teemat takaavat, että jokaisen haastateltavan kanssa puhutaan edes jossain määrin samoista asioista (Eskola & Suoranta 1996, 67). Haastattelurungossa ei siis ole yksityiskohtaisia kysymyksiä vaan luettelo haastattelussa läpikäytävistä aiheista. Näiden teema-alueiden tulisi olla niin väljiä, että se moninainen rikkaus, mikä tutkittavaan ilmiöön sisältyy, myös mahdollisimman hyvin paljastuu (Hirsjärvi & Hurme 1995). Haastattelijan tehtävänä on varmistaa, että kaikki etukäteen päätetyt teema-alueet käydään haastateltavan kanssa läpi, mutta niiden järjestys ja laajuus vaihtelevat haastattelusta toiseen (Eskola & Suoranta 1996, 65). Teemahaastattelun rikkautena on yllättävienkin asioiden esille nouseminen. Yhdestä teemasta viriää useampia kysymyksiä. Haastatteluista saattaa nousta esille sellaista materiaalia, mitä ei ole ennalta osannut odottaa.

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



Tämä piirre on ristiriidassa puhtaan teemahaastattelun luonteen kanssa – normaalisti teema-alueet operationaalistetaan itse haastattelutilanteessa tarkemmilla kysymyksillä (Hirsjärvi & Hurme 1995, 41). Toisaalta haastateltavilla oli melko kiire, ja puhtaan teemahaastattelun läpivienti olisi ollut työteliästä. Kuntien haastatteluihin vastasivat tiedottamisesta ja / tai verkkoviestinnästä vastaavat henkilöt. Haastateltavan valitsi kunta.

WWW-sivut omaavilla kunnilla haastatteluun vastasivat useimmiten kunnan tai kaupunginsihteeri, hallintojohtaja tai kunnan- tai kaupunginjohtaja. He vastasivat tiedottamisesta yleensä kunnissa. Heidän lisäksi tiedottamisesta vastasivat mm. henkilöstösihteeri ja toimistos sihteeri. Yhdessä kunnassa oli tiedottaja.

Kunnissa, joilla ei ollut virallisia verkkosivuja, haastatteluihin vastasivat apulaiskanslisti, kunnanjohtaja, kulttuurisihteeri ja kunnansihteeri. Näistä kunnanjohtaja esiintyi useimmin (neljässä kunnassa) eli hän vastasi useimmiten kuntien tiedottamisesta.

Sanomalehtien edustajien näkemykset kartoitettiin puolistrukturoidulla haastattelulla (LIITE 5). Haastattelun kysymykset olivat kaikille täysin samat ja samassa järjestyksessä. Täysin strukturoitu haastattelu ei kuitenkaan ollut (vrt. Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 1997, 204), vaan haastateltavat vastasivat omin sanoin. Mitään valmiita vastausvaihtoehtoja ei annettu. Teemahaastattelusta menetelmä erosi siten, että haastattelua eivät ohjanneet teemat, vaan etukäteen mietityt kysymykset. Toimittajille tehtävän puhelinhaastattelun tarkoituksena oli kartoittaa tiedotusvälineiden näkökulma kuntien verkkoviestintään. Mitä tiedotusvälineet odottavat kuntien verkkosivuilta?

Haastateltavat sanomalehtien edustajat olivat Keski-Suomen alueen sanomalehtien toimitussihteereitä, päätoimittajia tai toimittajia, lehdestä riippuen. Haastatteluun vastasi yleensä päätoimittaja.

Haastattelujen suorittamisen ja nauhoituksen jälkeen on tutkijalla periaatteessa valittavanaan kaksi tapaa miten jatkaa eteenpäin (Hirsjärvi & Hurme 1995). Joko purkaa aineisto nauhoilta tekstiksi eli kirjoittaa haastattelut puhtaaksi, tai tehdä päätelmiä tai koodauksia suoraan nauhoista. Puhelinhaastattelut oli suhteellisen helppo kirjoittaa puhtaaksi, koska ne eivät olleet pitkiä. Lisäksi haastatteluihin pystyi palaamaan tarvittaessa uudelleen ja uudelleen. Haastatteluja ei kuitenkaan litteroitu, vaan ne kirjoitettiin puhtaaksi mahdollisimman sanatarkasti. Puhtaaksikirjoitusta ei rajattu vain

tutkimuskysymysten kannalta oleellisiin aiheisiin, vaan ylös kirjattiin kaikki, mitä haastateltava sanoi.

Aineisto luokiteltiin haastattelujen teemojen mukaan poimien aineistosta yksityiskohtaisempia luokkia. Laadullisen aineiston voi myös luokitella ja jakaa eri tyypeihin, jotka ryhmitellään taulukkomuodossa. Tyypittelyssä on kysymys aineiston ryhmittelystä tyypeiksi, selviksi ryhmiksi samankaltaisia tarinoita (Eskola & Suoranta 1996, 141). Tällaisessa tyypittelyssä ei vielä välttämättä ole kysymyksessä kvantitatiivinen analyysi, vaan taulukointi on kätevä tapa esitellä se aineisto johon laadullinen analyysi perustuu (Alasuutari 1994, 163). Kvalitatiivisessa tutkimuksessa ei pyritä tilastollisiin yleistyksiin vaan pyritään kuvaamaan jotakin tapahtumaa, ymmärtämään tiettyä toimintaa tai antamaan tulkinta jostakin ilmiöstä (Eskola & Suoranta 1996, 34).

Koska tutkimuksen otos on pieni (30 kpl), ei tilastollisten analyysien suorittaminen ollut aiheellista. 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**

**Kunnallisen tiedottamisen kanavat.** Suurimmat tiedotuskanavat olivat lehdistö, radiot, kuntatiedotteet, tiedotustilaisuudet medioille ja kunnan ilmoitustaulu. Kunnan virallisen ilmoitustaulun käytöstä mainittiin, että sitä ei lueta juuri lainkaan eli sen merkitys on todella vähäinen. Lehdistöstä paikallislehden merkitys oli suurin.

Seuraavaksi mainittiin maakuntalehdet. Viisi kuntaa mainitsi Internetin viralliseksi tiedotuskanavaksi. Muita tiedotuskanavia olivat mm. kyläkerrokset, oma tiedotuslehti, kaapelitv ja ilmoittelu paikallislehdessä.

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

**Tiedottamisen organisointi.** Päävastuussa tiedottamisesta oli kaupungin- tai kunnanjohtaja, hallintojohtaja tai kaupungin- tai kunnansihteeri. Vastuuta oli myös jaettu mm. hallintokunnittain tai lautakunnittain sekä kaupunginsihteerille. Yhdessä kunnassa oli päätoiminen tiedottaja. Parissa kunnassa hallintokunnat tai osastot päättivät itsenäisesti omasta tiedottamisestaan ja tiedotusstrategiastaan, ketään ei ollut nimetty tiedotusvastuuseen. Yleisin vastaus kysyttäessä tiedottamisen organisointia oli: ”Se tiedottaa, joka parhaiten tietää.”

**Palautteen kulku kuntalaisten ja kunnan välillä.** Eniten palautetta saatiin kirjallisesti, yleisönosaston kirjoitusten ja kirjeiden kautta. Seuraavaksi eniten palautetta tuli suorien yhteydenottojen, kuten puhelinsoittojen ja henkilökohtaisten tapaamisten kautta. Internetin tai sähköpostin kautta sai palautetta seitsemän kuntaa. Ne kunnat, joille tuli palautetta Internetin kautta, jakaantuivat kahteen ryhmään – toiset kunnat saivat hyvin vähän palautetta Internetin kautta, toiset taas hyvin paljon. Mainittiin myös, että kotisivuille on tarkoitus tehdä palauteosio, jota kautta kuntaan voi laittaa viestejä.

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

(b) 22 %:lla (5/23) kunnista sivut teetettiin opiskelijoilla / työharjoittelijoilla. He tekivät sivut yhteistyössä kunnan kanssa. Kunta päätti sivujen sisällön. Ulkoasun opiskelijat suunnittelivat itse ja käyttivät jossain määrin ulkopuolista apua. Kunta kasasi tarvittavat sisältötiedot ja antoi periaatteelliset ohjeet siitä, mitä sivuilla tulee olla. Työn edetessä kunta kommentoi sivuja opiskelijoille.

(c) 30 %:lla (7/23) kunnista sivut valmistettiin ulkopuolista apua käyttäen. Sivujen teknisen toteutuksen ja ulkoasun suunnittelun hoiti ulkopuolinen taho (esim.

mainostoimisto), 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-alan 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. Hankaluuksia aiheuttaa sivujen uusimisen ja päivityksen varmistaminen silloin, kun käytävissä ei ole kyseisiä henkilöitä. Jotkut kunnat ovat muodostaneet kunnan sisältä 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 riitä. Lähes kaikkien kuntien sivut ovat erilaisten uudistamisprosessien alla. Verkkosivujen ongelmia on ryhdytty tiedostamaan ja huomattu, että ajattelutapaa on muutettava. Ei riitä, että sivut on kerran laitettu verkkoon, vaan niitä on päivitettävä.

Uudistamisen yhteydessä on myös noussut esille sivujen suunnittelu kokonaisuutena. Sisältöä pohditaan koordinoitusti, eikä verkkosivuille laiteta harkitsemattomasti tietoa. Nyt monen kunnan sivut ovat suhteellisen toimivat ulkoasun suhteen, mutta sisältö 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 semmonen sillisalaatti tai sekametalisoppa että siinä ei ole oikein sellaista selkeää yhtenäistä linjaa, siihen on pantu vähän mitä on eri tuota ihmiset ehdottanut. Niitä on vähän sievistelty, mutta semmonen kokonaisuute vähän puuttuu.”

**Sisällön muodostaminen.** Pääasiassa kunnat päättivät itse, mitä tietoa sivuille laitettiin. Poikkeuksena oli yksi kunta, joka antoi ulkopuolisen tahon suunnitella myös sisällön. Eräässä kunnassa aineistoa ei päätetty keskitetysti, vaan kukin oman sivukokonaisuuden luoja päätti sivujensa sisällöstä. Kunta oli mukana sisällön suunnittelussa, mutta sisältöä ei pohdittu keskitetysti kokonaisuutta ajatellen.

**Sivujen kohderyhmät.** Noin puolet kunnista ei rajannut verkkosivujen kohderyhmää mitenkään tai kohderyhmiä ei mietitty. Sivut tarkoitettiin kaikille kiinnostuneille. Seuraavaksi suurimman kohderyhmän muodostivat kunnan ulkopuoliset ihmiset. Muutamalla kunnalla oli useita kohderyhmiä, mm. matkailijat, kuntalaiset 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 mietitty" 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.

Suurimmalla osalla kunnista eli noin puolella ei päivitystä ole hoidettu lainkaan. Tieto, joka sivuille on aikojen sitten laitettu, on edelleen samassa muodossa. Kunnilla, joilla sivuja päivitetään, sen hoitaa yleensä atk-henkilö. Päivitysvastuuta on myös jaettu osastoille, jotka päivittävät itse sivunsa tai toimittavat tarvittavat tiedot henkilölle, joka toimittaa materiaalin verkkoon.

Päivityksen hoitaminen tuntuu olevan suurimpia ongelmia kuntien verkkoviestinnässä. Sivuille ei ole nimetty vastuuhenkilöä, joten kukaan ei huolehdi, että sivut ovat ajantasalla. Tilapäistyövoiman käytön ongelma näkyy myös päivityksessä. Sivut on tehnyt ihminen, joka ei enää ole kunnalla töissä, jolloin ne ovat jääneet alkuperäiseen asuunsa. Kunnan muilla työntekijöillä ei ole riittävää osaamista.

”Yritettiin sillä periaatteella, että jokainen joka on sinne aineistoa laittanut, myös oman osansa päivittää, mutta huomattiin että kyllä siellä on sellaisia nimiä, jotka ei ole ollut vuosiin tässä kunnassa töissä. Sillä me herättiin tässä.”

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

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

Useat kunnat ovat huomanneet, että sivujen toimivuuden kannalta on parempi, jos niiden päivittäminen ja vastuu hoidetaan keskitetysti. Kunnat ovat nimeämässä verkkoviestinnälle vastuuhenkilöä, joka koordinoitusti vastaa verkkosivuista.

**Verkkosivujen auditointi.** Yksikään kunta ei ollut tutkinut, mitä mieltä esim. kuntalaiset ovat verkkosivuista. Muutama kunta oli sitä mieltä, että se olisi hyvä ajatus ja yhdessä kunnassa oli mietitty lomakekyselyn tekemistä WWW-sivun kautta. Suurelta osin auditoinnin puute johtuu varmaan tavoitteiden ja kohderyhmän selkiytymättömyydestä. Koska ne eivät ole selkiintyneet, kunnat eivät voi vielä tutkia tavoitteidensa toteutumista.

**Internet kuntien ulkoisessa viestinnässä nyt ja tulevaisuudessa.** Kaikki kunnat näkivät Internetin merkityksen kasvavan tulevaisuudessa. Internetin käyttömahdollisuuksien nähdään laajenevan erityisesti kansainvälisessä markkinoinnissa, matkailussa, kuntien ja valtion välisessä kanssakäymisessä sekä mainoskanavana (esitemateriaali 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 tehtävä on lähinnä tukea muita viestintäkanavia.

Kuntien tiedottamisen nähdään lisääntyvän verkossa. Kunnat pystyvät jakamaan ajankohtaista tietoa kuntalaisille enemmän. Tämä vaatii kuitenkin, että Internet-yhteydet

yleistyvät kotitalouksissa vieläkin enemmän. Keski-Suomen maakunnan kunnat näkevät kotitalouksissa olevien yhteyksien määrän vielä liian pieneksi, jotta kuntatiedottaminen verkossa olisi hyödyllistä.

”Tiedottamisen tavoitteena, tällainen ihannehan on, että kuntalainen saa sitä tietoa silloin kuin sille parhaiten sopii ja Internethän tarjoaa nimenomaan siihen sen mahdollisuuden. Tämähän ei tietysti poista niitä vanhoja tiedottamisen systeemejä, koska kestää varmasti 15-20 vuotta ennen kuin suurin osa väestöstä on tämän internetin käyttäjiä.” ”Sanotaan, että kuntien kohdalla ollaan kovasti sinne menossa, mutta ei se tämä internetkuvio vielä tänä päivänä ole sellainen, että pelkästään sen varaan voisi jäädä, koska on kuitenkin sellaisia ihmisiä, jotka eivät myöskään koskaan tule sitä hankkimaan.”

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

”Koko organisaation tulee olla läpeensä viritetty siihen sähköiseen viestinnän kehittämiseen, että se on niinku semmonen kauheen tärkeä pointti, että näitä Internet-sivuja pystytyään tuottamaan myös osastoille ja päivittämään ja laittamaan reaaliaikaan.”

”Tietysti se (Internetin merkitys) kasvaa, mutta nehän tahtoo olla aika monen mutkan takanakin ennen kuin niihin pääsee (sivuihin), mutta kyllä koska internetin niin varmasti myös näiden kotisivujen merkitys lisääntyy. Ja sen takia me oltiinkin huolissamme, että niiden tulee olla kunnossa, se on yksi käyntikortti ja hyvin merkittävä, tämmöset merkittävät ja kiinnostuneet ihmiset niitä katselee.”

Kunnat tiedostavat WWW-sivujen merkityksen kasvun tulevaisuudessa. Se on saanut kunnat kiinnittämään huomiota myös omiin sivuihinsa. Niitä uudistetaan ja pyritään parantamaan. Kunnat ovat heränneet myös domain-nimen käytön helppouteen 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 etenemistähän ei voida ennustaa. Internetin käytön nähdään myös rajoittuvan tietynlaisiin ihmisiin.

### 5.1.2 Kunnat, joilla ei ole virallisia verkkosivuja

**Kunnallisen tiedottamisen kanavat.** Kunnat käyttivät tiedottamisessaan mm. paikallislehtiä, radioita, ilmoitustaulua, kirjastoa, lehdistö- tai yleisötilaisuuksia ja tiedotteita. Suosituimmat kanavat olivat paikallislehti ja maakuntalehti Keski-suomalainen. Muita lehtiä käytettiin harkinnan mukaan. Vähiten käytettiin radioita, omaa tiedotuslehteä ja kirjastoa. Internetiä tai sähköpostia ei mainittu tiedotuskanavien joukossa.

**Tiedotussuunnitelma tai -ohjeet.** Tiedotusohjeita tai -suunnitelmaa ei kunnilla yleensä ollut, mutta sen tekemistä oli harkittu tai kunnanhallituksessa käsiteltiin vuoden alussa tiedottamista ja sovittiin 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. toimistosihteerit, kunnansihteerit ja vastuunalaiset virkamiehet tiedottivat käytännön tasolla.

**Palautteen kulku kunnan ja kuntalaisten välillä.** Eniten palautetta tuli kirjallisesti kuten yleisönosastokirjoitusten 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, kyläkierrokset ja huhut.

**Syyt verkkosivujen puuttumiseen.** Suurin syy verkkosivujen puuttumiseen oli teknisten resurssien puute. Kunnilta puuttuivat valmiudet sivujen tekemiseen ja ylläpitoon. Internet-yhteyksiä ei myöskään ollut käytössä. Muita syitä olivat "yleinen saamattomuus" ja "ei ole mitään kummempaa syytä".

**Onko harkittu verkkosivujen laittamista Internetiin.** Kaikille seitsemälle kunnalle oli 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. Sivulla 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 päälähtökohta ja se, että kunta tulisi tunnetuksi ja myös toisaalta sitten se vuorovaikutus...”

”No, ei me olla tollein sitä kyllä pohdittu, kyllä mä niinku lähden siitä, että sen alkuvaiheessa 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, elikä sinne tulee sitten kaikki nämä päätöksentekoon liittyvät ja myöskin sinne tulee varmasti tällainen missä keskeisiä asioita muutenkin käsitellään, elikkä tiedotteen tyyppinen, jota voi sieltä käydä lukemassa.”

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

”...myöhemmin voisi olla tällainen matkailuyhteistyö elikkä yhteistyö matkailualan kanssa.”

(d) Internetissä mukana oleminen. Sivulla 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 tässä tietysti tullaan sellaiseenkin tilanteeseen, että eihän sieltä voi poissakaan olla jos siellä muut on, elikkä puolipakollinen juttu.”

(b) Verkkosivujen käyttö kunnan viestinnässä lisääntyy, mutta sen toiminto on tukeva eikä se korvaa muita viestintäkanavia. Verkkosivujen merkitys korostuu tulevaisuudessa kuntatiedottamisen 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 tälle näin ihan kuntalaisnäkökulmaa, niin kyllä tuo tietokone aikalailla useassa taloudessa jo rupee tänä päivänä olemaan ja kirjastossa voi sitä käyttää ja niin edelleen, niin ihan tuo tiedon saanti näistä kunnan päätöksistäkin...”

”Kai se on nähtävä... kyllä siitä on tullut tällainen tietty tuote, mutta ei se niinku vielä tietyllä aikataululla syrjäytä muunkaan viestinnän tarvetta... kyllä meidän joka tapauksessa täytyy paperia ja muuta viestintää edelleenkin ylläpitää siinä rinnalla ja yhtä tärkeänä, jopa tärkeämpänäkin tämän tyyppisissä 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 näkyminen ja tapahtumien mainostaminen sitä kautta varmasti korostuu entisestään.”

## 5.2 Kuntien verkkosivut

**Sivujen sisältö.** Kuntien WWW-sivut sisälsivät tiettyjä lähes kaikilla kunnilla toistuvia elementtejä sekä yksittäisiä, muutaman kunnan käsittäviä elementtejä (LIITE 6). Mm. palveluja, yhteystietoja sekä fakta- ja tilastotietoja kunnasta oli lähes kaikkien kuntien verkkosivuilla. Palveluista suosituimmat ryhmät olivat koulutus ja elinkeinoelämä. Myös kirjasto oli monella kunnalla jollain lailla esillä. Asuminen ja rakentaminen sai vähän huomiota, vaikka kunnat haluavatkin saada uusia asukkaita Internet-sivujen avulla (vrt. verkkosivujen tavoitteisiin). Palvelujen esittämisessä oli suuria eroja. Joillain kunnilla palvelut ainoastaan lueteltiin yhteystietoineen, toisilla kunnilla oli kattava kuvaus palvelun toiminnasta.

Kunnan organisaatorakenne esiteltiin jossain muodossa useilla kunnilla, mutta useimmiten se käsitti pelkän luettelon hallituksen, valtuuston ja lautakuntien kokoonpanoista. Kahden kunnan sivuilla oli kunnanjohtajan oma persoonallinen sivu, joka vaikutti toimivalta ratkaisulta. Se antoi ihmisläheisen kuvan kunnan toiminnasta. Pöytäkirjoja oli nähtävillä neljän kunnan sivuilla ja osa kunnista oli laittanut joko aloitteet, esityslistat tai päätökset verkkoon.

Kunnan yhteystiedot eli osoite ja puhelinnumero löytyivät vain kahdeksan kunnan sivuilta. Vaikka Internet sallii sähköpostin ym. kanavien käytön, se ei tarkoita, että joku ei hakisi Internetistä pelkkiä yhteystietoja. Henkilökunnan osoitteita ja puhelinnumeroita löytyi joidenkin kuntien sivuilta. Sähköposti-osoitteet olivat melko hyvin esillä, mutta kaikissa ei ollut hyödynnetty hyperteksti-linkkiä, vaan osoitteet olivat pelkkää tekstiä. Fakta- ja tilastotietoja kunnasta oli jossain muodossa kaikilla kunnilla. Kunnan pinta-ala, asukasluku, elinkeinojen jakautuminen, sijainti, ja kunnan kartta olivat suosituimmat elementit.

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 sisältö 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 julkaisseet; kahdella kunnalla oli nähtävissä varsinainen tiedote. Koulujen ruokalistat olivat nähtävillä yhdellä kunnalla. Muita elementtejä olivat mm. tapahtumakalenteri, henkilökunnan omat sivut, yritysten omat sivut, yksittäisen tapahtuman tai projektin sivut, kuvagalleria ja julkisten kulkuneuvojen aikataulut.

Parhaiten verkkoviestinnän ominaisuuksia hyödynnettiin kunnalla, jolla oli oma keskustelufoorumi käytössä. Sivulle oli muodostettu kunnan ja kuntalaisten välille keskustelufoorumi, jota kautta kuntalaisilla oli mahdollisuus osallistua keskusteluun. Kysymyksessä ei kuitenkaan ollut reaaliaikainen kanava, vaan sivuilta löytyi esimerkiksi aihetta alustavia artikkeleita. Kuntalaiset pystyivät kommentoimaan niitä ja virittämään myös omaa keskustelua aiheesta.

**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 jokaisen oman 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 palaute 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. Yleisimmin (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 hänen viestinsä lukee ja meneekö se perille halutulla tavalla.

Erillinen palautelomake oli viidellä kunnalla. Ongelmana oli, että usein ei käynyt ilmi kuka palautteen 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 päivityspäivämäärä. 15 kunnalla päivityksiä ei mainittu millään sivulla. Etusivulla päivitys oli mainittu neljällä kunnalla ja jollain 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.

**Sivujen domain-nimet.** Domain-nimi oli 44 %:lla kunnista. Domain-nimeä ei ollut 48 %:lla kunnista. Sivut olivat kahdessa paikassa, joista toinen domain-nimellä 4 %:lla kunnista. Sivut olivat kolmessa paikassa, joista yksi domain-nimellä 4 %:lla kunnista.

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

**Kuntien verkkosivujen luokitus Hedmania (1997) mukaellen.** (a) Pelkistetty kotisivu oli 30 %:lla (7/23) kunnista. Sivut muodostivat kokonaisuuksia, jotka välittävät organisaation perustiedot uusille tiedonhakijoille. Sisältö oli suppea ja käsitti vain muutamia asioita. Hallinnon, valtuuston ja lautakuntien esityslistoja yms. ei ollut esillä. Sivuja leimasi voimakas matkailusuuntautuneisuus. Sisältö painottui enemmänkin matkakohteisiin ja nähtävyyksiin kuin kunnan toimintaan.

Palautemahdollisuutta ei sivuilla yleensä ollut. Joidenkin verkkosivujen kautta oli mahdollista antaa palautetta sivujen ylläpitäjälle, tekijälle tai yksittäiselle kunnan työntekijälle. Sivuilta sai kunnan perustiedot eli faktat, mutta ei muuta tietoa kunnan toiminnasta ja asioista. Kohderyhmä oli lähinnä matkailusta kiinnostuneet.

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

Sivut olivat kattava kokonaisuus kunnan toiminnasta. Palvelut, matkailu ja yrittäminen olivat hyvin esillä. Joiltakin sivuilta löytyi hakemistorakenne tai navigointikaavio. Sivut olivat ulkoisesti tyylieltyjä, mutta sisältö oli hieman puuttellinen. Palautteen antaminen oli mahdollista, mutta vain tietyille henkilöille tai

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

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

(c) Kotisivu, jolla oli paljon asiaa ja faktatietoja oli 17 %:lla (4/23) kunnalla. Sisältö oli hallintopainotteinen, mutta tieto määrällisesti ja laadullisesti kattavaa. Sivujen yhteydenottomahdollisuudet kuntaan olivat laajat. Käytössä oli useita sähköpostiosoitteita sekä palautelomake. Sivuilla vierailevat tiedonhakijat ja satunnaiset kulkijat.

Verkkosivut olivat hyvin samantasoisia kuin kotisivut, joilla oli palautteenantomahdollisuus. Erona sivukokonaisuuksien välillä oli sisällön syvyys. Sivuja leimasi asiallinen ote. Sisältö keskittyi enemmän kunnan asioihin kuin mainontaan ja matkailuun. Sisältö oli hieman byrokraattinen.

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

(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.

Sivut olivat laajoja sekä sisällöllisesti että rakenteellisesti. Ulkoasu oli tarkoin mietitty ja yhtenäinen. Yhdellä kunnalla oli sivullaan keskustelufoorumi-mahdollisuus, jolloin sivuilla kävijät pystyivät lukemaan toisten kirjoittamia viestejä ja vastamaan niihin. Kävijät pystyivät myös keskustelemaan kunnan edustajien kanssa heitä kiinnostavista aiheista.

Hallituksen, valtuuston ja lautakuntien esityslistat, 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. Sivulla liikkumista helpotti erillinen sisällysluettelo tai navigointikaavio. Päivitys oli hoidettu ja viimeiset päivityspäivämäärät mainittu.

Sivuilta löytyi kattavasti tietoa kunnan palveluista ja toiminnasta. Sivulla 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.

**Millaista tietoa toimittajat hakevat verkosta yleensä.** Verkosta haetaan pääasiassa taustamateriaalia ja -tietoa. Seuraavaksi eniten haetaan yhteystietoja ja faktatietoja. Sähköpostiosoitteet, puhelinnumerot sekä osoitetiedot ovat toimittajille tärkeitä. Faktatiedoista haetaan tilastotietoja, yleistietoa sekä maantieteellistä tietoa kuten karttoja. Jotkut käyttävät Internetiä myös tietyn spesifin asian tai tiedon selvittämisessä. Valtakunnallisesti etsitään tiedotteita, eduskunnan julkaisemaa tietoa verkossa sekä EU-parlamentin välittämää tietoa. Internetiä käytetään myös jatkuvasti muuttuvan tiedon hankintaan. STT:n uutiset välittävät tuoreimmat tiedot nopeasti verkon kautta. Muuttuvia luonnonolosuhteita kuten säätä voi seurata Internetin välityksellä.

**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 selaillaan, mutta ei hyödynnetä juttuja varten. Sivulta etsitään yhteystietoja ja niihin tutustutaan. Sivuilla käydään, mutta niitä ei hyödynnetä toimituksellisessa työssä.

(d) Sivuja hyödynnetään vähän. Niiltä puuttuu uutisluonteinen, hyödynnettävä tieto. Kuntien sivujen päivitykset ovat myöhässä, tarpeeksi tuoretta tietoa toimitukselliseen käyttöön ei löydy. Harvoilla kunnilla on tiedotusmateriaalia tai materiaalia kunnallisista asioista sivuillaan.

Toimittajat hyödyntävät kuntien sivuja vähän niiden toimimattomuuden ja sisällön heikkousten vuoksi. Kuitenkin heillä on optimistinen näkemys, jonka mukaan kuntien sivuja voisi hyödyntää enemmänkin. Varsinkin toimittajille tiedon luotettavuus eli ajantasaisuus on tärkeää. Koska kunnat päivittävät sivuja harvoin eivätkä mainitse päivityspäivämääriä, eivät toimittajat voi luottaa verkossa olevaan tietoon.

**Millainen sisältö palvelisi paremmin toimittajia.** Jotta toimittajat voisivat hyödyntää kuntien verkkosivuja paremmin tulisi niillä olla mm. arkisto vanhoista päätöksistä, virallinen ilmoitustaulu ja kunnan palveluhakemisto. Puhelinluettelossa tulisi olla pelkkien nimien lisäksi työnkuvaukset sekä valokuvat. Hyvät faktatiedot, kuten asukasmäärä, tilastotietoja kunnasta ja kartta, palvelisivat myös toimittajien työtä. Esityslistoista ja pöytäkirjoista oltiin kahta mieltä. Toisten mielestä niitä ei tarvita paperilla ollenkaan, riittäisi, jos ne olisivat kuntien verkkosivuilla digitaalisessa muodossa. Toiset eivät kaivanneet niitä ollenkaan verkkoon, vaan tulivat hyvin toimeen paperisten versioiden kanssa. Lisäksi sivuille toivottiin tapahtumakalenteria tarkkoine taustatietoineen, päivittäistä uutistarjontaa ja keskustelufoorumia. Foorumin avulla lehdet pystyisivät seuraamaan kunnan ja kuntalaisten välistä keskustelua sekä hahmottamaan kunnan ilmapiiriä.

**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 kehittyasteella, sillä kuntien verkkoon meno 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 käyttäjiä tulee lisää, jonka myötä Internetin merkitys myös kunnissa tulee lisääntymään. Sivuja hyödynnetään entistä enemmän ja niille muotoutuu uusia käyttötapoja.

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

Muutama toimittaja näki WWW-sivujen merkityksen kuntien ulkoisessa viestinnässä tulevaisuudessa epävarmana. Ongelmana on, millä kunnat saavat tavalliset ihmiset katsomaan sivuja. Internet on tällä hetkellä työväline niille, jotka tarvitsevat työnsä puolesta tietoa kunnasta. Kuitenkin kunnille on välttämätöntä olla verkossa tiedottamisen kannalta. Internet on yhä keskeisempi tiedottamiskanava tulevaisuudessa.

Yleisesti Internetin käyttö kuntien ulkoisessa viestinnässä tulevaisuudessa nähdään positiivisesti. Sen katsotaan lisääntyvän ja kehittyvän parempaan suuntaan. Varsinkin kuntien verkkosivujen toimivuudella katsotaan olevan tärkeä merkitys tulevaisuuden kehityksessä. Niiden pitää olla toimivia, jotta niillä käy ihmisiä.

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

**Muita mielipiteitä Internetistä ja kuntatiedottamisesta.** Tällä hetkellä Internetin käyttö nähdään muita viestintäkanavia tukevana. Sitä ei nähdä ehdottomana välineenä toimituksellisessa 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 saatavissa. Ulkoisen imagon luomisessa WWW-sivuja ei nähdä kovin lupaavana areenana. Kuntien kannattaisi käyttää enemmän populistisia kanavia ja keinoja,

näkyvämpiä tempauksia. Tällä hetkellä verkko ei kuitenkaan saavuta kaikkia kohderyhmiä.

Haastatteluista nousi esille myös Internetin ylikorostunut rooli. Julkisuudessa on väärä kuva Internetin käytöstä, kaikki eivät vielääkään surffaa verkossa. Koko Internet on jämähtänyt paikoilleen, siitä on otettu melkein kaikki irti. Tulevaisuudessa tilanne nähdään toisenlaisena, koska sen merkitys kasvaa. Internetin uudet toimintamuodot kuten television ja Internet-yhteyden yhdistäminen antavat lisää mahdollisuuksia.

**Muita mielipiteitä kuntatiedottamisesta.** Toimittajat näkevät kuntatiedottamisen melko yksisuuntaisena prosessina. Yleensä lehti lähestyy kuntia. Kunnat saisivat lähestyä enemmän lehtiä ja kertoa millaisia ideoita niillä on. Toimittajat toivovat lisää kuntien omaa aktiivisuutta tiedotustoiminnassa. Kunnallisen tiedon välittämisessä kuntalaisille Internet on hyvä kanava, sillä tarvittaessa kuntalaiset voivat hyödyntää kirjaston tai työpaikan yhteyksiä. Esille nousi myös tuntemus siitä, että kuntatiedottamisen avoimuus on taantumassa. Kunnat tiedottavat yhä harkinnanvaraisemmin, tiedotusilmapiiri on muuttumassa.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSIÄ

”Netissä tiedottaminen on aika laimeata, kun kerran on pääkäisty joku kuntasivu, niin siellä se pyörii. Että sellaista todellista tiedottamista kunnilla ei hirveästi ole ollut. Että kyllä siinä niinku parantamisen varaa on.”

Tämä haastattelun katkelma kuvaa hyvin kuntatiedottamista verkossa keväällä 1998. Harvalla Keski-Suomen kunnalla on taustalla tavoitteellinen suunnitelma Internetin käytöstä kuntatiedottamisessa.

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

luokituksen perusteella voidaan jakaa myös kuntien verkkosivut. Suurimmassa osassa kunnista ajatellaan kuntalainen asiakkaana, joka käyttää organisaation tarjoamia palveluja. Se heijastuu sivujen toiminnoissa ja sisällössä, joka keskittyy tarjoamaan tietoa palveluista eikä niinkään kunnan hallinnollisista asioista. Toiset kunnat taas tarjoavat mahdollisuuden seurata kunnan hallinnon tapahtumia mm. esityslistojen avulla.

| <b>Kuntien verkkoviestintä</b> | <b>Toteutuminen</b>           |
|--------------------------------|-------------------------------|
| Mistä tiedotetaan              | Palvelut                      |
| Ajantasaisuus                  | Huono                         |
| Vuorovaikutus                  | Vähäinen                      |
| Verkkoviestinnän tavoitteet    | Yleinen tiedonvälitys         |
| Verkkoviestinnän kohderyhmä    | Kaikki kunnasta kiinnostuneet |
| Verkkoviestinnän organisointi  | Ei organisoitu                |
| Sivujen valmistus              | Kunta tehnyt itse             |
| Verkkosivujen auditointi       | Ei tutkittu                   |
| Suhde muihin viestintäkanaviin | Tukeva                        |
| Tulevaisuus                    | Positiivinen                  |
| Syy verkkosivujen puuttumiseen | Teknisten resurssien puute    |

KUVIO 4. Kuntatiedottaminen Internetissä.

Kunnat käyttävät edelleen perinteisiä tiedotuskanavia kuten sanomalehtiä, radioita, tiedotteita, yleisötilaisuuksia ja kunnan virallista ilmoitustaulua. Niiden rinnalle on nousemassa Internet, mutta sen käyttö kuntatiedottamisessa ei ole vielä suunnitelmallista (KUVIO 4). Verkkoviestinnän tavoitteet ja kohderyhmä ovat epämääräisiä ja käsittävät lähinnä yleisen tiedonvälityksen kunnasta. Sivuja ei ole auditoitu tällä hetkellä lainkaan, mikä johtunee verkkoviestinnän tavoitteiden selkiytymättömyydestä. Internetin käyttö tällä hetkellä on muita viestintäkanavia tukeva.

Tavoitteista suurin on yleisen informaation antaminen kunnasta (noin puolet kunnista). Kunnat eivät ole ajatelleet kohderyhmiä sivujen valmistusvaiheessa, vaan sivut on suunnattu kaikille kiinnostuneille. Lisäksi verkkoviestinnän kautta tavoiteltiin uusia asukkaita ja matkailijoita kuntiin sekä tunnettuuden lisäämistä. Valtakunnallisella tasolla 57 % kunnista käyttää Internetiä markkinointiviestintään, tärkeimpinä tavoitteina uusien työpaikkojen, asukkaiden ja matkailijoiden saaminen sekä kunnan tunnettuuden lisääminen (Kuntien viestintä 1997). Keski-Suomen alueen kunnat eivät siis hyödynnä WWW:tä markkinointiviestinnän kanavana vielä yhtä paljon kuin valtakunnallinen taso antaa ymmärtää. Tämä voi selittyä osin kuntien koko- sekä alueellisilla kulttuuri- ja sosio-demografisilla eroilla.

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, koulutoimi ja sosiaalihuolto ovat kunnan tuottamia palveluja. WWW-sivuilla palveluista olivat voimakkaimmin esillä elinkeinoelämä, koulutus ja matkailu.

WWW-sivujen voidaan katsoa olevan yksi julkisen sektorin palvelu tai toiminto jo itsessään. Jos WWW:n katsotaan olevan yksi osa julkisia palveluita, tulisi verkkosivuja kehittää palveluajatuksen pohjalta. Kuntien tulisi nähdä julkisen toiminnan varsinainen tarkoitus yhteiskunnallisten palveluiden tarjoajana (Kiviniemi 1989, 52). Internetin käyttö viestintäkanavana kuntalaisille tukee hyvin tätä periaatetta. Kaikilla ihmisillä on periaattellinen pääsy verkkoon vaikka kirjastopalveluiden kautta. Kuntien tulisi huomioida tämä palveluajatus myös verkkosivuilla. Nyt sivuille on pyritty laittamaan vähän kaikkea kaikille, mutta sisältö on jäänyt pinnalliseksi ja vaillinaiseksi. Sivujen pääasiallinen kohderyhmä on selkiytymätön ja vain muutama kunta mainitse kohderyhmänään omat kuntalaiset. Yleensä sivut on suunnattu kunnan ulkopuolisille sidosryhmille. Koko Suomea ajatellen tämä tulos on yhtenevä Kuntien viestintä 1997 – tutkimuksen kanssa. Sen mukaan yleisin kuntien tarjoama palvelu Internetissä on tiedon välittäminen kunnan ulkopuolisille yrittäjille ja matkailijoille.

Valtakunnallisella tasolla Internetiä käyttää kuntalaisviestintään 41 % kunnista (Kuntien viestintä 1997). Ero on yllättävän suuri Keski-Suomen alueeseen verrattuna. Kuntien viestintä 1997 –tutkimuksessa kuntien koko vaikutti huomattavasti Internetin

käyttöön – 4000-25000 asukkaan kunnista 46 % käytti WWW:tä kuntalaisviestintään, kun yli 100000 asukkaan kunnissa käyttöaste oli 92 %. Alle 4000 asukkaan kunnissa sitä käytettiin 23 %. Valtakunnallisen tason mukaan myös Keski-Suomen alueella Internetiä käyttäisi kuntalaisviestintään 23-46 % kunnista, mikä ei kuvasta todellisuutta. Vain viisi kuntaa mainitsi Internetin kuuluvan yleensä käytettäviin tiedotuskanaviin ja vain muutama kunta mainitsi verkkoviestinnän kohderyhmäksi kuntalaiset.

Varsinaisia tiedotteita oli muutamalla kunnalla. Pöytäkirjoja, esityslistoja ja aloitteita oli muutamalla kunnalla esillä, mutta ne oli siirretty sellaisenaan verkkoon. Onkin aiheellista miettiä, kannattaako tällaisia hallinnollisia asiakirjoja siirtää sellaisenaan WWW-sivuille. Paremmen hyödyn saisi editoimalla sisältöä ja muokkaamalla sitä lähemmäksi kuntalaisten ajatusmaailmaa.

Kuntien sisällä vastuuhenkilöä verkkoviestinnälle ei yleensä ole nimetty, lähinnä verkkosivuista on vastannut atk-tukihenkilö. Vastuun määrittelemättömyys näkyy myös sivujen päivityksissä. Puolella kunnista sivuja ei ole päivitetty pitkiin aikoihin, jopa vuosiin. Muutama kunta on myös aikoinaan pyrkinyt rakentamaan sivunsa sillä periaatteella, että niitä ei tarvitse päivittää. Tämä on ristiriidassa WWW:n ominaisuuksien kanssa. Verkkoviestinnän yksi tärkeimpiä ominaisuuksia on ajantasaisuus, joka on huomattava osa Internetin vetovoimaa viestintäkanavana. Painettu viestintä ei anna vastaavanlaista mahdollisuutta tiedon reaaliaikaiseen päivittämiseen. On huomattava, että päivityspäivämäärän mainitseminen pelkästään etusivulla ei riitä. Lukija ei voi tietää, onko loput sivut päivitetty samaan aikaan vai onko niillä oleva tieto vanhentunut.

Kunnat saavat palautetta Internetin kautta jonkin verran. Palautteen antaminen on kuitenkin tällä hetkellä käsitetty lähinnä sähköpostin lähettämismahdollisuudeksi, eikä WWW:n ominaisuuksia ole hyödynnetty siltä osin täysin. Sivuilta puuttuu vuorovaikutteisuus. Yhden kunnan sivuilla oli mahdollisuus dialogimaiseen kaksisuuntaiseen viestintään palautelomakkeen avulla. Mahdollisuus kunnan, kuntalaisten ja kunnan ulkopuolisten sidosryhmien välisen interaktion parantamiseen WWW:n kautta on olemassa, mutta sitä ei ole hyödynnetty tehokkaasti. Yhtenä syynä saattaa olla resurssien puute. Kuntien sisällä ei ole nimetty päätoimista vastuuta verkkoviestinnästä kenellekään eikä työntekijöillä ole aikaa keskittyä oman toimensa ohella sivujen ylläpitoon ja uudistamiseen.

Kunnat ovat tuottaneet sivut pääosin itse. Sisältö on yleensä tuotettu kunnassa, mutta ulkoasun ja teknisen toteutuksen suunnittelussa on saatettu käyttää ulkopuolista henkilöä; yleensä opiskelijoita, harjoittelijoita tai mainostoimistoa. Ongelmaksi jälkeempään on muodostunut osaavien työntekijöiden puute. Usein sivujen tekemisessä on ollut mukana määräaikainen työntekijä, jonka lähdettyä muilla työntekijöillä ei ole ollut tarpeellista osaamista. Näin sivut ovat jääneet sellaisiksi kuin ne on aikoinaan suunniteltu ja valmistettu.

Toimittajat näkevät kuntien verkkosivujen hyödyntämisen toimitukselliseen työhön tällä hetkellä olemattomana. Sivujen sisältö on puutteellinen, eikä niiden ajantasaisuuteen voi luottaa. Eniten toimittajat hakevat verkosta asia- ja faktatietoja sekä yhteystietoja. Sanomalehdet näkevät kuitenkin hyödyn mahdollisuuden kuntien WWW-sivuilla. Jos kunnat panostavat enemmän sisältöön ja ajantasaisuuteen, sivuja voi hyödyntää enemmän. Varsinkin kuntien työntekijöiden yhteystiedot valokuvineen sekä arkisto hallinnollisista asiakirjoista helpottaisivat toimittajien työtä.

Useat kunnat mainitsivat, että tällä hetkellä Internetin merkitys kuntien ulkoisessa viestinnässä on vielä pieni, koska sen käyttökin on vähäistä. Suomen Tilastokeskuksen tekemän tutkimuksen mukaan marraskuussa 1996 oli tietokone 560 000 kotitaloudessa. Niistä 41 %:lla (230 000 taloutta) oli käytettävissään modeemiyhteys. Noin 230 000 taloudella oli mahdollisuus käyttää Internetiä. Lisäksi viimeisen puolen vuoden aikana 10–74-vuotiaista suomalaisista 16 % oli käyttänyt kirjaston tietokoneita verkkoyhteyksiin ja 15 % oli käyttänyt ystävien kotitietokoneita. Internet-selaimen käyttäjiä oli n. 700 000–800 000, joista oli 10–30 vuotiaita noin kolmannes. (Nurmela 1997, 23-32.) Koska nämä luvut ovat noin kaksi vuotta vanhoja, ovat ne todennäköisesti kasvaneet jo huomasti.

Merkittävää on, että puhuttaessa Internetin käyttäjistä, keskitytään yleensä niihin, joilla on omat yhteydet kotonaan. Silti huomattava osa suomalaisista käyttää kirjaston tuttavien, koulujen yms. yhteyksiä hyväkseen. Parin vuoden kuluttua käyttäjämäärät ovat muuttuneet vielä enemmän ja kuntien on hyvä olla varautunut tilanteeseen. Keskittymällä verkkoviestintään tavoitteellisesti ja suunnitelmallisesti jo nyt, saavat kunnat siitä hyötyä vuosien päästä. Nyt on aikaa hakea omaa persoonallista ja toimivaa linjaa kotisivuille. Koska WWW-sivut ovat jo olemassa, kannattaa niitä hyödyntää

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

Kunnat ovat kuitenkin tiedostaneet Internetin merkityksen ja käyvät paraikaa lävitse verkkoviestinnän uudistamisprosessia tavoitteenaan parempi tiedottaminen verkossa. Tulevaisuuden sekä toimittajat että kunnat näkevät positiivisena. Internetin käyttö tiedottamisessa lisääntyy samoin kuin kysyntä sille. Kaikille seitsemälle kunnalle, joilla verkkosivuja ei ole ollut, on tulossa omat WWW-sivut Internetiin tämän vuoden aikana. Syy WWW-sivujen puuttumiseen on ollut teknisten resurssien puute. Kunnilla ei ole ollut tarvittavia yhteyksiä ja tekniikkaa käytössään.

Hemánus (1997) pohdiskelee kirjassaan Internetin merkitystä kunnallisessa tiedottamisessa. Tulevaisuus on vielä avoin, mutta tämä tutkimus antaa osviittaa siitä tiestä, jota pitkin kunnallinen tiedottaminen etenee tällä hetkellä. Tietoyhteiskunta-keskustelun ja tietoverkkojen käytön lisääntymisestä huolimatta kunnat luottavat edelleenkin perinteisiin viestintäkanaviin. Internet ei ole saanut aikaan huomattavia muutoksia kuntatiedottamisessa.

## 7 TUTKIMUKSEN ARVIOINTIA

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

Tämän tutkimuksen aiheeseen laadullinen tutkimus sopi hyvin. Haastattelut antoivat monipuolista tietoa kuntatiedottamisesta Internetissä, vaikkakin puhelimen rajoittavat ominaisuudet vaikuttivat itse haastattelutilanteisiin. Ei kielellinen –viestintä jäi pois. Tutkimus kartoitti hyvin nykytilanteen ja antoi tarpeellista tietoa siitä, miten verkkoviestintä on hoidettu kunnissa. Jatkossa aihetta voi syventää ja tarkentaa

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

Perinteisesti validiteetti määritellään siten, että tutkimuksessa käytetyt mittarit mittaavat niitä ominaisuuksia ja käsitteitä joita varten ne on laadittu (Eskola & Suoranta 1996, 166). Tutkittavasta ilmiöstä täytyy tavoittaa olennaiset piirteet, ja teoriasta tulee nostaa esille keskeiset käsitteet, jotta tutkimuksen käsitevalidius on hyvä (Hirsjärvi & Hurme 1995, 129). Käsitevaliditeetin toteaminen on suhteellisen helppoa, sillä sen onnistuneisuus näkyy ongelmanasettelun ja teoreettisen viitekehyksen välisen suhteen onnistumisena. Käsitteleekö viitekehys ongelman kannalta oleellisia käsitteitä ja teorioita? Tämän tutkimuksen viitekehys käsittelee kuntatiedottamista nimenomaan Suomessa eikä maailmanlaajuisesti. On otettava huomioon, että Suomen kuntatiedottamisen lainsäädäntö saattaa poiketa muiden maiden käytännöstä. Vaikka viitekehys tukeutuu perinteisiin suomalaisiin teoksiin, eivät ne ole vielääkään vanhentuneet. Niiden antama tieto on edelleen relevanttia. Haikosen ym. (1977) perusteos kuntatiedottamisesta on edelleenkin ajankohtainen, jos sen sisältöä verrataan nykyisiin tutkimuksiin ja kirjallisuuteen.

Teemahaastatteluisissa nousee erityisesti esille sisältövalidius. Miten hyvin tutkimus mittaa niitä asioita, mitä on tarkoitus. Tällöin voidaan epäonnistua laatiessa teemaluetteloa ja teema-alueita koskevia kysymyksiä. (Hirsjärvi & Hurme 1995, 129). Ongelmaksi voi muodostua se, että kysymykset eivät tavoita tutkittavaa asiaa. Tähän tutkimukseen teemahaastattelu sopi tutkimusmenetelmänä: otos oli sopivan kokoinen, ei liian suuri suoritettavaksi haastatteluina. Haastattelut eivät olleet aivan niin vapaita kuin teemahaastatteluiden kuuluisi olla, mutta vastauksia ei oltu mitenkään rajattu. Teemarunko oli sopiva ja kartoitti hyvin tutkittavan aiheen. Lisäkysymyksiä tarvitsi esittää harvoin.

Puhelin sopii hyvin teemahaastattelun 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 haastatteluun ja yhteisen ajan löytäminen ei muodostu ongelmaksi. Suositeltavaa on kuitenkin, että teemarunko on melko lyhyt ja selkeä. Täysin avoimen haastattelun tekeminen olisi vaikeaa puhelimitse. Myös



puolistrukturoitu haastattelu osoittautui erittäin sopivaksi menetelmäksi, sillä kysymysten määrä oli pieni. Lisäksi toimittajat olivat kiireisiä, eikä heillä välttämättä olisi ollut aikaa keskittyä syvempään haastatteluun.

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

Tämän tutkimuksen reliabiliteettiä on vaikea arvioida. Koska tutkimus keskittyi tietyn maantieteellisen alueen kuntiin, vaikuttavat tuloksiin myös alueelliset kulttuurierot. Lisäksi kuntien verkkosivut ovat tällä hetkellä jatkuvan uudistamisprosessin kohteena. Toistettaessa tutkimustulokset ovat varmasti muuttuneet. Varsinkin verkkosivujen analysointi kuvastaa vain huhtikuun 1998 tilannetta. Haastatteluista ilmeni, että sivujen ulkoasua ja sisältöä uudistetaan monessa kunnassa parhaillaan, eivätkä ne välttämättä tämän tutkimuksen valmistuttua ole enää samassa muodossa. Kuntien hakiessa omaa linjaansa Internetissä olisi ollut vaikeaa keskittyä sivujen tarkkaan analysointiin. Se on aiheellisempaa parin vuoden kuluttua, kun kunnat ovat vakiinnuttaneet asemansa verkossa. Olisikin mielenkiintoista jatkaa tutkimusta eteenpäin. Seurantatutkimus parin vuoden kuluttua antaisi myös tietoa kuntatiedottamisen kehittymisestä.

Tutkimuksen tavoitteena oli myös pyrkimys antaa kunnille sellaista tietoa, jota he voivat hyödyntää verkkoviestinnän kehittämiseen. Epäilemättä sen tarkoituksen tutkimus täyttikin. Kuntien on aiheellista miettiä verkkoviestinnän kohderyhmiä ja tavoitteita tarkemmin ja ryhtyä sen pohjalta tekemään sisällöltään ja ulkoasultaan nämä tavoitteet täyttäviä sivuja. Lisäksi tutkimus antaa hyödyllistä tietoa verkkoviestinnän ongelmista. Ongelmia miettimällä ja kehittämällä on Keski-Suomen maakunnan kunnilla mahdollisuus saavuttaa hyvät ja toimivat WWW-sivut, jotka antavat niin kuntalaisille kuin kunnan ulkopuolisillekin sidosryhmille tarpeellista ja hyödyllistä tietoa.

## LÄHTEET

Alasuutari P. 1994. Laadullinen tutkimus. (2. p). Jyväskylä: Gummerus.

Anttiroiko A-V. 1989. Markkinointi kunnallishallinnossa. Tampere: Tampereen yliopisto, Jäljennepalvelu.

Cathcart R., Gumpert G. 1986. The Person-computer interaction: A unique source. Gumpert G., Cathcart R. (toim.). Intermedia. Interpersonal communication in a media world (4th ed.). New York: Oxford University Press, 323-332.

December J. 1996. Units of analysis for Internet communication. Journal of Communication 46 (1) Winter, 14-34.

Ekholm K. & Oesch K. 1993. Hypermedia. Helsinki: Otava.

Eskola J. & Suoranta J. 1996. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Lapin yliopiston kasvatustieteellisiä julkaisuja C 13. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino.

Greenberg J. & Baron R. 1995. Behavior in Organizations (5th ed.). New Jersey: Englewood Cliffs.

Haikonen A., Kivistö R., Varpasuo P. 1977. Kunnallinen tiedottaminen. Vantaa: Kunnallispaino.

Harjula H. & Prättälä K. 1995. Kuntalaki. Tausta ja tulkinnat. Jyväskylä: Gummerus.

Hedman A. 1997. Kaupankäynti ja markkinointi Internetissä. Vantaa: Tammivuori.

Hemánus P. 1997. Kunnallinen tiedottaminen ja Jaska Jokunen. Vammala: Vammalan Kirjapaino.

Heuru K. 1995. Uusi kuntalaki. Helsinki: Painatuskeskus.

Hintikka K. 1994. Internet. Kalastusta tietoverkoilla. Helsinki: Painatuskeskus.

Hintikka K. 1996. Uusi media – viestintäkanava ja elinympäristö. Tarkka M., Hintikka K., Mäkelä A. (toim.). Johdatus uuteen mediaan. Helsinki: Edita, 2-18.

Hirsjärvi S. & Hurme H. 1995. Teemahaastattelu. (7. p). Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi S., Remes P., Sajavaara P. 1997. Tutki ja kirjoita. Tampere: Tammer-Paino.

Ikävalko E. 1996. Vaikuta viestilläsi. Tiedottajana yhdistyksessä. Jyväskylä: Gummerus.

Jääskeläinen K. & Väänänen K. 1996. Internet yrityksen palveluksessa. Viestintä, markkinointi ja tiedonhankinta. MET-julkaisuja nro 6/1996. Tampere: Tammer-Paino.

Keskinen A. 1995. Johdanto. Keskinen A. (toim.). Teledemokratia, tietoverkot ja yhteiskunta. Helsinki: Painatuskeskus, 9-18.

Kiviniemi M. 1989. Julkiset palvelut ja organisaatorakenteet. Helsinki: Valtion painatuskeskus.

Kreps G. 1986. Organizational communication. New York: Longman.

Kuntien tiedottaminen 1995. Uuden kuntalain tiedotusperusteet. Helsinki: Suomen kuntaliitto.

Kuntien viestintä 1997. Tutkimus kuntien viestinnästä 1997. Inforviestintä Oy:n tekemän tutkimus. Suomen Kuntaliitto.

Kuusisto P. & Pippuri M. 1998. Verkkojulkaisun eväät. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisuja C24/1998. Tampere: Tampereen yliopisto, Jäljennepalvelu.

Luoto R. T. A. 1987. Kunnan tiedotus ja suhdetoiminta. Iisalmi: IS-Paino.

Mannermaa M. 1998. Kvanttihilppyy tulevaisuuteen? Keuruu: Otava.

Mirabito M. 1997. The new communications technologies. (3rd. ed.). USA: Focal Press.

Morris M. & Ogan C. 1996. The Internet as mass medium. *Journal of Communication* 46 (1) Winter, 39-48.

Newhagen J & Rafaeli S. 1996. Why communication researchers should study the Internet: A dialogue. *Journal of Communication* 46 (1) Winter, 4-13.

Nurmela J. 1997. Suomalaiset ja uusi tietotekniikka. Tilastokeskuksen katsauksia 1997:7. Helsinki: Yliopistopaino.

Nurminen M. 1987. "Visioita – Ei matematiikkaa!". Kunta 2001. Näkökulmia tulevaisuuteen. Vantaa: Painoseppä, 64-68.

O'Hair D., Friedrich G., Wiemann J., Wiemann M. 1995. *Competent communication*. New York: St. Martin's Press.

Oravisto L. 1996. Kotisivun kerrottava selkeästi ja monikulttuurisesti. Pöllänen M. (toim.) *Julkisesti palveluksessanne*. Jyväskylä: Gummerus, 96-97.

Pöyhönen A. 1987. "Edessämme on haasteellinen muutos." Kunta 2001. Näkökulmia tulevaisuuteen. Vantaa: Painoseppä, 24-29.

- Rastas P. 1995. Mediademokratia ja parlamentarismi. Keskinen A. (toim.). Teledemokratia, tietoverkot ja yhteiskunta. Helsinki: Painatuskeskus, 93-101.
- Ruben B. 1992. Communication and human behavior. (3rd ed.). New Jersey: Englewood Cliffs.
- Ruben B. & Stewart L. 1998. Communication and human behavior. (4th ed.) Boston: Allyn and Bacon.
- Räihälä L. 1984. Kunnallinen tiedotustoiminta. Pietilä J. (toim.). Tiedottaja, tiedotus, toimittaja. Hämeenlinna: Karisto.
- Salmikangas A-K. 1996. Kuntalaiset ovat kunta. Kunnasta verkostoituneeksi kansalaisyhteiskunnaksi. Suomen kuntaliitto. Helsinki: Kuntaliiton painatuskeskus.
- Taskila M. 1995. Suomen kuntien tiedotustoiminnan peruskartoitus. Suomen kuntaliitto. Kuntaliiton painatuskeskus: Helsinki.
- Timm P. & DeTienne K. 1995. Managerial communication (3rd ed.). Englewood cliffs: Prentice-Hall.
- Wilcox D., Ault P., Agee W. 1998. Public Relations. Strategies and tactics. (5th ed.) New York: Longman.

## LIITTEET

### LIITE 1: Kunnat, joilla on viralliset verkkosivut Internetissä

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

|                |  |
|----------------|--|
| Hankasalmi     | <a href="http://www.reg.fi/ksliitto/kunnat/hankasalmi">www.reg.fi/ksliitto/kunnat/hankasalmi</a>         |
| Joutsa         | <a href="http://swww.joutsa.fi">swww.joutsa.fi</a>   |
| Jyväskylä      | <a href="http://www.jkl.fi">www.jkl.fi</a>   |
| Jyväskylän mlk | <a href="http://www.jklmlk.fi">www.jklmlk.fi</a>   |
| Jämsä          | <a href="http://www.jamsa.fi">www.jamsa.fi</a>   |
| Karstula       | <a href="http://www.karstula.fi">www.karstula.fi</a>   |
| Keuruu         | <a href="http://www.keuruu.fi">www.keuruu.fi</a>   |
| Konnevesi      | <a href="http://www.reg.fi/ksliitto/kunnat/konnevesi">www.reg.fi/ksliitto/kunnat/konnevesi</a>           |
| Kuhmoinen      | <a href="http://www.reg.fi/ksliitto/kunnat/kuhmoinen">www.reg.fi/ksliitto/kunnat/kuhmoinen</a>           |
| Kyyjärvi       | <a href="http://www.kyyjarvi.fi">www.kyyjarvi.fi</a>   |
| Laukaa         | <a href="http://www.laukaa.fi">www.laukaa.fi</a>   |
| Leivonmäki     | <a href="http://www.reg.fi/ksliitto/kunnat/leivonmaki">www.reg.fi/ksliitto/kunnat/leivonmaki</a>         |
| Multia         | <a href="http://www.reg.fi/ksliitto/kunnat/multia">www.reg.fi/ksliitto/kunnat/multia</a>                 |
| Petäjävesi     | <a href="http://www.reg.fi/ksliitto/kunnat/petajavesi">www.reg.fi/ksliitto/kunnat/petajavesi</a>         |
| Pihtipudas     | <a href="http://personal.eunet.fi/pp/ole/pihtipudas">personal.eunet.fi/pp/ole/pihtipudas</a>             |
| Saarijärvi     | <a href="http://www.travel.fi/fin/Saarijarvi">www.travel.fi/fin/Saarijarvi</a>                           |
| Sumiainen      | <a href="http://www.reg.fi/ksliitto/kunnat/sumiainen">www.reg.fi/ksliitto/kunnat/sumiainen</a>           |
| Suolahti       | <a href="http://www.suolahti.fi">www.suolahti.fi</a>   |
| Toivakka       | <a href="http://www.reg.fi/ksliitto/kunnat/toivakka">www.reg.fi/ksliitto/kunnat/toivakka</a>             |
| Uurainen       | <a href="http://personal.eunet.fi/pp/uurkirj/etusivu.html">personal.eunet.fi/pp/uurkirj/etusivu.html</a> |
| Viitasaari     | <a href="http://www.viitasaari.fi">www.viitasaari.fi</a>   |
| Äänekoski      | <a href="http://www.aanekoski.fi">www.aanekoski.fi</a>   |

**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

Viiden Kunnan Sanomat

Viitasaaren Seutu



## **LIITE 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 päätetty

Verkkosivujen kohderyhmä

Verkkosivujen tavoitteet

Sivujen päivitys

Verkkoviestinnän organisointi

Verkkosivujen auditointi

Internet kuntien ulkoisessa viestinnässä tulevaisuudessa.

### **Kunnat, joilla ei ole virallisia verkkosivuja**

Kunnallisen tiedottamisen kanavat

Tiedotussuunnitelma/-ohjeet

Tiedottamisen organisointi

Palautteen kulku kuntalaisten ja kunnan välillä

Syyt verkkosivujen puuttumiseen

Onko harkittu verkkosivujen laittamista Internetiin

Internet kuntien ulkoisessa 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 kuntatiedottamisesta 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 terveystoimet | XX        |
| – koulutus                   | XXXXXXX   |
| – rakentaminen               | X         |
| – asuminen                   | XXX       |
| – elinkeinoelämä             | XXXXXXXXX |
| –> yritysten sivut           |           |
| – kirjasto                   | XXXX      |
| – kirkko                     | X         |
| – energiapalvelut            | X         |
| – matkailu                   | X         |
| – nuorisotoimi               | X         |
| – tekninen lautakunta        | X         |
| – ympäristölautakunta        | X         |
| – rakennuslautakunta         | X         |
| – työvoimatoimisto           | X         |
| – seurakunnat                | X         |
| – palvelumuistio             | X         |

#### b. kunnan organisaatorakenteen esittely

|  |            |
|--|------------|
| – hallituksen, valtuuston ja lautakuntien kokoonpanot lueteltu | XXXXXXXXXX |
|--|------------|

- luottamushenkilöt x
- kunnanjohtajan oma sivu xx
- organisaatiokartta x
- päätöksenteko (henkilöt esitelty) x

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

d. yhteystiedot

henkilökunnan

- osoitteet xxxxxxxx
- puhelinnumerot xxxxxxxxxxxx
- sähköpostiosoitteet xxxxxx
- työnkuvaukset x
- valokuvia joistakin työntekijöistä x

kunnan yhteystiedot

- puhelinnumero xxxxxxxx
- osoite xxxxxxxx

e. linkkisivu

- linkkejä kunnan ulkopuolisille sivuille xxxxxx
- > esim. kirjastot, eduskunta
- > kansalaisen käsikirja x
- muita kuntia Suomessa x
- linkkejä 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

- työnkuvaus                  x
- valokuva                    x
- kirjoitus                    x

k. fakta- ja tilastotietoja kunnasta

- pinta-ala, asukasluku                    xxxxxxxxxxxx
- elinkeinojen jakautuminen, pääelinkeinot      xxxxxx
- sijainti, luonto                    xxxxxxxxxxxx
- suurimmat yritykset (työllistäjät)            xxx
- tontit ja niiden hinnat                    xxxxx
- kunnan kartta                    xxxxxxxxxxxx
- historiaa                    xxxxx
- ajo-ohjeet                    xx
- miten tulet eri kulkuneuvoilla            xx
- taloustietoja                    x

## l. matkailu

- nähtävyydet ja matkakohteet                   xxxxxxx  
yhteystietoineen (lueteltu)
- majoitus- ja ruokapalvelut                   xxxxxxxxx  
yhteystietoineen (lueteltu)
- matkakohteiden esittely ilman yhteystietoja       xxxxx
- majoitusmahdollisuuksista tai matkailusta ei mitään tietoja       x
- kalastus                                       xxx
- linkkejä matkailusivuille       x
- harrastusmahdollisuudet       x

m. sähköpostiosoitteet 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                       xxxxxx

– kaikkea uutta, jota tullut sivuille, mukana myös tiedotusluontoista asiaa

t. www-hakemisto                               x

– aakkosellinen hakemisto kaupungin Internet-palveluista

u. talouskatsaus                               x

v. tietoja muuttajalle                       x

w. kylätoiminta                               x

x. kulttuuri                                       x