



KOMMUNIKATIONSSTRATEGI FÖR RIKSDAGENS KANSLI 2021–2024

1.6.2021

Kommunikationsstrategi för riksdagens kansli 2021–2024

Statsmakten i Finland tillkommer folket, som företräds av riksdagen. Syftet med riksdagens kommunikation är att stärka demokratin genom att skapa klarhet i hur folkstyret fungerar, vilka påverkansmöjligheter det finns och hur beslutsprocesserna går till. Vi vill också stärka människors förtroende för riksdagen som institution och deras insikt om att de har makt att påverka och medverka till förändringar i olika frågor.

Genom kommunikationen kan vi hjälpa kansliet att uppnå alla dess strategiska mål: tjänster av hög kvalitet, stärkt kompetens, ökad insyn och ansvarsfull och hållbar verksamhet. Av dessa mål har kommunikationen en särskilt stark roll när det gäller att öka insynen.

Vi främjar insyn och interaktion i riksdagen, förbättrar tillgången till riksdagsinformation, utvecklar tjänster för riksdagsledamöterna, allmänheten och medierna samt stöder demokratifostran.

Vi som jobbar med kommunikation i riksdagen har satt oss in i omvärlden och trenderna inom kommunikation och bedrivit strategiarbete tillsammans med våra berörda aktörer. Vårt arbete har styrts av kansliets vision Tillsammans för demokratin med fokus på utveckling.

Vi stärker öppenheten i en föränderlig kommunikationsmiljö

Kommunikationen vid riksdagens kansli är myndighetskommunikation. Vår uppgift är att tillgodose medborgarnas rätt att få information om ärendeberedning och beslut på både finska och svenska. Utöver detta har riksdagsgrupperna och de enskilda riksdagsledamöterna sin egen politiska kommunikation. Myndighetskommunikationen och den mångstämmiga politiska kommunikationen har egna, separata roller i ett demokratiskt samhälle.

När vi utvecklar riksdagens kommunikation beaktar vi förändringarna i samhället och de möjligheter som ny kommunikationsteknik av olika slag erbjuder. En betydande förändring har varit att innehållet, användarna och informationskanalerna har blivit mångsidigare än tidigare. Mängden innehåll och kanaler som konkurrerar om människors uppmärksamhet ökar hela tiden. Användningen av medier blir allt mer decentraliserad. En del av medborgarna följer inte längre massmedier, utan innehållet hittas allt oftare på webbplatser och sociala medier. Utbudet styrs i hög grad av människornas sociala nätverk och medieplattformarnas algoritmer.

Den offentliga debatten har blivit mer mångstämmig, då allt fler kan producera och distribuera innehåll för stora mottagarskaran. Det finns högre förväntningar på och bättre möjligheter till mångsidiga framställningssätt. Visuella kommunikation får allt större betydelse och olika bild- och ljudinnehåll, såsom bilder, infografik, videor och podcast, fungerar bra på många plattformar för sociala medier.

Institutionerna står inför utmaningar när det gäller att bereda sig och reagera på informationspåverkan. Mängden organiserade manipulationskampanjer på webben har ökat.

Även om den stora allmänheten inte skulle tro på falska nyheter och konspirationsteorier finns det en risk för att sanning och lögn blandas ihop och all information misstänkliggörs.

Vi går närmare in på kommunikationens omvärld i bilaga 1.

Riksdagen finns till för alla

Under strategiperioden producerar och förmedlar vi tillförlitlig information och tillförlitliga tjänster som svarar mot våra kunders behov.

Vi gör riksdagsledamöternas vardagliga arbete och riksdagens offentliga tjänster synligare och stöder därmed demokratin och riksdagsinstitutionen. Genom kommunikation skapar vi sammanhållning och delaktighet i gemensamma frågor. Vi verkar för en mångsidigare kommunikation mellan medborgare och riksdagsledamöter. Dessutom stöder vi inom riksdagen intern diskussion, informationsutbyte och en positiv kommunikationskultur samt välbefinnande i arbetet.

Vi tillhandahåller god betjäning för alla, såväl allmänheten, medierna, riksdagsledamöterna och tjänstemännen som andra intressentgrupper. Vi tillhandahåller information som är begriplig, tydlig, tillgänglig och lätt att finna om frågor som intresserar våra målgrupper och berör deras vardag. På detta sätt bygger vi också upp förtroende. Vi tar också hänsyn till dem som för närvarande inte nås av riksdagens kommunikation.

Vårt mål är att lära oss att identifiera informationspåverkan och att vid behov reagera effektivt på den. Med tillförlitlig och opartisk information bekämpar vi både oavsiktlig och avsiktlig spridning av felaktig information. Dessutom förbättrar vi kompetensen hos riksdagens personal genom utbildning, bevakning av kommunikationsomvärlden och samarbete med myndigheterna.

Vi står till tjänst

Medborgare:

Medborgaren står i centrum för demokratin. Därför är öppen information till allmänheten en viktig uppgift för en demokratisk institution. Vi berättar om aktuella frågor och belyser riksdagsarbetets vardag och processer samt medborgarnas möjligheter att påverka. Vi strävar efter tydlig och inspirerande kommunikation och samverkan som både ger upplevelser och väcker insikt. Vi hjälper alla som producerar information och tjänster vid riksdagens kansli att synliggöra sitt arbete.

Kommunikation är en viktig del av demokratifostran. Det är ett hot mot demokratin om människor inte vet hur de kan påverka, eller inte upplever det som viktigt. En särskild målgrupp för vår demokratifostran är unga och vuxna som arbetar med unga, såsom lärare i grundskolan och på andra stadiet och andra professionella inom utbildning.

Medier:

I ett demokratiskt samhälle har medierna en viktig roll. Vi betjänar alla medier och medierepresentanter öppet och jämlikt. Vi erbjuder medierna möjligheter att arbeta i Riksdagshuset. Vi står till tjänst med stöd, data och material för att berika medieinnehållet och styr medierna till informationskällorna. Vi betjänar också frilansare, internationella medier och nya medier, det vill säga påverkare och innehållsproducenter i sociala medier.

Med hjälp av medierna sprids riksdagens information till en bredare publik och väcker offentlig debatt. Vår prioritering när det gäller att informera om aktuella frågor och betjäna medierna är att informationen ska vara så begriplig och tydlig som möjligt, att den ska vara mer planmässig och att våra informationsprodukter ska vara enhetliga. En aktiv samverkan med medierna hjälper oss att bättre beakta förändringarna i mediestrukturen och de föränderliga behoven.

En del av medierna arbetar regelbundet i riksdagen. Denna nästan dagliga närvaro i riksdagen underlättas genom ackreditering som kan beviljas dels journalister och fotografer från de medier som har undertecknat de etiska anvisningarna från Opinionsnämnden för massmedier, dels representanter för partimedier.

Riksdagsledamöter och riksdagsgrupper:

Vi betjänar riksdagsledamöterna genom att synliggöra regeringens och oppositionens riksdagsgruppers arbete till exempel genom information om plenum och utskott. Vi erbjuder utbildning, producerar material, vägleder ledamöternas gäster, ordnar evenemang och skapar möjligheter för riksdagsledamöter och medborgare att mötas.

Vi synliggör riksdagsarbetets politiska karaktär på ett objektivt sätt, vilket är en viktig del av demokratiföstran. Vi kan till exempel berätta om vikten av en dialog mellan regeringen och oppositionen, om rollerna när det gäller att stifta lagar eller om att regeringspartierna trots olika åsikter har kommit överens om ett gemensamt regeringsprogram, till vilket oppositionen i enlighet med sin roll lägger fram sina egna alternativ. Dessutom råder vi medborgarna att kontakta riksdagsledamöterna och riksdagsgrupperna när de vill diskutera politiken. Den egentliga politiska kommunikationen är en uppgift för riksdagsledamöterna och riksdagsgrupperna och inte för riksdagens kansli.

Riksdagen som arbetsgemenskap:

Internkommunikation berör alla i organisationen: riksdagsledamöterna, gruppkansliernas personal och assistenter samt kansliets personal. En fungerande internkommunikation förbättrar våra möjligheter att svara på våra externa kunders förväntningar.

Varje medlem i arbetsgemenskapen ska vara välinformerad för att kunna sköta sina uppgifter. Internkommunikationen ska vara inkluderande och lyhörd, medge insyn och ligga rätt i tiden. En lyckad internkommunikation skapar sammanhållning och främjar välbefinnandet i arbetet. Internkommunikation är en viktig del av ledarskapet. Ledningen föregår med gott exempel och uppmuntrar till god kommunikation och samverkan.

Vår uppgift inom organisationen är att vara konsulter och handledare i kommunikation. Vi erbjuder inom organisationen handledning i internkommunikation samt fungerande redskap och kanaler för att genomföra kommunikationen. Dessutom har vi beredskap för kommunikation i krissituationer.

Andra målgrupper:

Utöver de ovan nämnda målgrupperna har vi också andra viktiga målgrupper som vi vill nå och betjäna på bästa sätt. Viktiga målgrupper är till exempel statsrådet och den övriga offentliga förvaltningen, organisationer, forskarsamfundet, olika expertgrupper och många internationella aktörer.

Vi producerar innehåll och tjänster med maximal hänsyn till de olika gruppernas behov.

Vi når våra kunder via olika kanaler

Vi når våra målgrupper genom att med eftertanke välja ut vilka kanaler för kommunikation och samverkan som vi ska använda och hur mycket vi ska satsa på dem. Som mediekonsumenter är folk i dag utspridda på många medier och tjänster. Vi når de mottagare som är viktiga för oss endast genom att bredda utbudet av metoder och kanaler för vår kommunikation. På så sätt möter vi folk där de är.

Möten mellan medborgare, medier och berörda grupper är en viktig kommunikationskanal för oss. Vi ger olika målgrupper möjlighet att besöka riksdagen och utvecklar också möjligheter till digitala besök. Vi träffar människor på mässor och andra evenemang.

Riksdagens publika och interna webbtjänst är våra viktigaste elektroniska informationskanaler. Via webbtjänsterna når vi olika målgrupper och kan tillhandahålla olika innehåll oberoende av tid och plats. Webbtjänsterna ska vara funktionssäkra och användarvänliga. Därför ges utvecklingen av dem hög prioritet i vår kommunikation.

Vid sidan av webbtjänsterna betonas insyn i riksdagens material, öppna data. Vi erbjuder allmänheten och olika målgrupper material att användas som fritt tillgänglig information eller via olika programgränssnitt. Det offentliga informationsinnehållet utnyttjas till exempel av medier, forskare, nätverk och olika sammanslutningar. I elektronisk form är riksdagsinformationen lätt att komma åt och bearbeta. Vi producerar också själva olika bildinnehåll i en form som är lätt att ta till sig.

Av kanalerna på sociala medier har vi valt de som vi anser vara mest naturliga för diskussioner mellan riksdagen, medborgarna och intressentgrupperna. Vi deltar i diskussionerna på plattformens villkor, interaktivt. Vi följer utvecklingen av sociala medier och gör vid behov också snabba val när nya kanaler kommer till eller när en del av de kanaler som vi redan har till vårt förfogande förändras.

Närmare information om kanalerna och deras roller finns i bilaga 2.

Vi mäter, utvärderar och förnyar

Denna kommunikationsstrategi ger riktlinjer för vår verksamhet så att vi kan svara på förändringarna i samhället och bland medierna. Under strategiperioden planerar vi den årliga verksamheten tillsammans med avdelningen, kansliet och andra interna och externa intressentgrupper.

Vi följer hela tiden kommunikationsomvärlden. Särskild uppföljning krävs av att kommunikationskanalerna utvecklas och våra kunders beteende förändras. Vi strävar efter att identifiera de områden där vårt deltagande behövs och reviderar vid behov den linje för kommunikationen som vi gått in för.

I detta skede har vi identifierat bland annat följande förändringar:

- De demokratiska institutionerna bör stärkas i kommunikationshänseende till exempel genom demokratifostran.
- Interaktionen, öppenheten och delaktigheten måste ökas både i den externa och den interna kommunikationen.
- Mottagargrupperna splittras och det kan vara svårt att nå ut till olika typer av publik.

- Det finns skäl att erbjuda medborgarna och intressentgrupperna öppna data och att utnyttja öppna data också i den egna kommunikationen.
- Det behövs mer än förr av åskådliggörande kommunikationsformer, såsom bild, ljud, video och infografer.
- Mediefältet förändras. Till exempel den digitala kommunikationen ökar hela tiden.
- Man förväntar sig större öppenhet och interaktivitet i fråga om kommunikationen på arbetsplatsen.

Att kommunikationen fungerar måste mätas regelbundet. Mätning är inte något självändamål för oss, utan ett sätt att välja och kommunicera bättre. I dagens läge har vi verktyg för till exempel mediebevakning, analys av webben och sociala medier och mätning av återkoppling från besökare. Vi analyserar de data som de producerar för att förbättra kommunikationens innehåll och växelverkan. Vi vill också i fortsättningen finna och utnyttja indikatorer som hjälper oss att utveckla vår verksamhet.

Bilagor:

Bilaga 1: Beskrivning av kommunikationsomvärlden

Bilaga 2: Kanalkarta