

Aikakauslehdet ympäristöhallinnossa

Työryhmän raportti 31.10.2007

1 Toimeksianto

1.1

Tausta

Ympäristöhallinnon julkaisutoiminnan uudistamishankkeen ohjausryhmä asetti 26.5.2005 työryhmän selvittämään ympäristöhallinnon julkaisemien aikakauslehtien merkitystä viestinnän kannalta ja tekemään ehdotuksen lehtien roolin tarkentamiseksi.

Työryhmän määräaika oli ensin 31.5.2006 mutta sitä jatkettiin ensisijaisesti EU-puheenjohtajuuskauden kiireiden vuoksi 31.5.2007 asti.

Ympäristöhallinnon aikakauslehtien selvitystyö on osa ympäristöhallinnon julkaisutoiminnan uudistamishanketta (JUUDI). Hankkeen asettamisen yhteydessä päätettiin erikseen selvittää hallinnon itse julkaisemien ja tukemien aikakauslehtien nykytila hallinnonalan viestinnän kannalta, mahdolliset vaihtoehtoiset tavat tiedottaa hallinnonalan ajankohtaisista asioista, sekä tehdä ehdotuksia viestinnän vaikuttavuuden vahvistamiseksi.

1.2

Tavoitteet ja tehtävät

Osaprojektin tavoitteeksi asetettiin arvioida lehtien viestinnällinen merkitys ympäristöministeriön ja -hallinnon strategian toteuttamisen näkökulmasta. Työryhmää pyydettiin myös arvioimaan lehteä suhteessa vaihtoehtoihin välineisiin sekä esittämään toimenpide-ehdotuksia viestinnän vaikuttavuuden vahvistamiseksi.

Työryhmän tehtävänä on ollut selvittää:

1. ympäristöhallinnon julkaisemien Asu ja rakenna ja Ympäristö -aikakauslehtien sekä hallinnon tukemien lehtien julkaisemisesta aiheutuvat kustannukset;
2. lehtien merkitys ympäristöhallinnon viestinnän välineenä erityisesti hallinnonalan toimijoiden ja sidosryhmien näkökulmasta;
3. muiden viestintäkeinojen mahdollinen käyttökelpoisuus hallinnonalan viestien välittämisessä erityisesti huomioiden hallinnonalan www.ymparisto.fi, www.asuminen.fi ja www.ara.fi -verkkopalvelujen käytöstä saatujen selvitysten tulokset; sekä
4. muiden EU-maiden, erityisesti pohjoismaiden ympäristöhallintojen kokemuksia erilaisista viestintätavoista ja -käytännöistä.

Tehdyn selvityksen perusteella työryhmää on pyydetty kuvaamaan vaihtoehtoiset toimintamallit ja arvioimaan niiden kaikkien kustannukset ja hyödyt sekä tekemään suositus seuraavista toimintamalleista:

1. Jatketaan aikakauslehtien julkaisemista, mutta kehitetään niiden konsepteja sekä hyödynnetään toimituksellista aineistoa nykyistä paremmin.
2. Jatketaan aikakauslehtien julkaisemista, mutta lisäksi kehitetään muita välineitä nykyistä enemmän.
3. Ei jatketa aikakauslehtien julkaisemista, jolloin tehdään suunnitelma vaihtoehtoisista viestintätavoista.
4. Jatketaan ulkopuolisten lehtien tukemista vai ei; jos jatketaan, esitetään kriteerejä.

Lisäksi työryhmää on pyydetty ottamaan työssään huomioon hallinnon viestintätoimintaa ohjaavat säädökset ja ohjeet, erityisesti ympäristötiedon saatavuutta koskeva Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (2003/4/EY) ja sen täytäntöönpanoa koskeva, helmikuussa 2005 tehty ympäristöministeriön päätös.

Työssään selvitysryhmän toivottiin huomioivan myös lehtiä käsittelevä lähete-keskustelu, joka oli käyty vuonna 2004 valmisteltaessa ympäristöhallinnon viestintästrategiaa, sekä sen pohjalta tehtyt, ministeriön viestintästrategiaan viedyt kehittämis ehdotukset.

1.3

Työryhmän kokoonpano

Puheenjohtaja: Päivi Sihvola, viestintäjohtaja, ympäristöministeriö

Jäsenet: Jarmo Komppula, viestintäpäällikkö, Keski-Suomen ympäristökeskus

Esko Kuusisto, hydrologi, Suomen ympäristökeskus

Teppo Lehtinen, ylitarkastaja, ympäristöministeriö

Jarmo Linden, johtaja, Valtion asuntorahasto

Päivi Lundvall, ekologi, Lapin ympäristökeskus

Taina Nikula, ylitarkastaja, ympäristöministeriö

Esa Nikunen, osastonjohtaja, Suomen ympäristökeskus

Kirsi Norros, viestintäjohtaja, Suomen ympäristökeskus

Juha Toropainen, neuvotteleva virkamies, ympäristöministeriö

Matti Vatiilo, rakennusneuvos, ympäristöministeriö

Ulla Virtasalo, projektipäällikkö, ympäristöministeriö

Sihteeri: Anne Brax, viestintäpäällikkö, ympäristöministeriö

1.4

Työryhmän toimintatavat

Työryhmä kokoontui 7 kertaa. Työ huipentui keväällä 2007 siihen, että ryhmä muotoili kolme erilaista ratkaisumallia. Niiden pohjalta tehtiin swot-analyysi. Työryhmän jäseniä pyydettiin vielä ennen viimeistä kokousta viemään vaihtoehdot omien taustaryhmiensä käsittelyyn, jotta työryhmä saisi lisää evästystä lopullisen esityksensä tekoon. Työryhmän työ keskeytyi välillä noin vuodeksi, koska EU-puheenjohtajuus vei liikaa useiden avainhenkilöiden aikaa.

Työryhmän suurimmat haasteet olivat metodisia, toisaalta liittyen kustannusten vertailuun ja toisaalta vaikuttavuuden vertailuun:

Aikakauslehtien kustannusrakenteen tärkeimmät elementit ovat yleensä samat: sisällön tuotanto, painatus, jakelut ja markkinointi. Vertailu tulee äärimmäisen vaikeaksi, kun otetaan rinnalle sähköiset tuotteet tai halutaan eritellä, mitä kustannuksia sisällöntuotanto eri toimintamalleissa aiheuttaa. Jo ympäristöhallinnon aikakauslehdetkin ovat sisällön tuotannon kannalta täysin erilaisia. Työajan seurantaa ei ministeriössä vielä ole, eikä näytä siltä että se auttaisi tässä kysymyksessä jatkossakaan. (Ei ole tulossa sellaista luokkaa, joka antaisi mahdollisuuden seurata nimenomaan tiettyyn välineeseen, kuten aikakausilehteen menevää työaikaa.)

Näistä syistä työryhmä ei koko aikana ole yrityksistä huolimatta kyennyt löytämään täysin tyydyttävää tapaa, jolla nykyisien – saati sitten tulevien – **viestintävälineiden kustannukset** saataisiin vertailukelpoisiksi.

Toinen metodinen vaikeus liittyy eri välineiden **vaikuttavuuden mittaamiseen**. Ympäristöministeriön hallinnonalalla on suuri tarve luoda yhteisiä mittareita viestintäponnistusten tuloksellisuudelle. Tämä tarve on tunnistettu myös viestintästrategiassa. Toistaiseksi sellaista ympäristöhallinnon yhteistä menetelmää ei kuitenkaan ole olemassa, joka mahdollistaisi yhteismitallisella tavalla arvioida eri viestintävälineiden vaikuttavuutta (katso kappaleet 2.3. ja 2.4.).

Ympäristöministeriö on jonkin verran tukenut ulkopuolisia lehtiä. Tuen vaikuttavuutta työryhmä ei yllä kuvattujen metodisten vaikeuksien ja ajanpuutteen vuoksi ole analysoinut. (Tuen kohteista ja määristä lisää kappaleessa 4.1.)

2 Nykytilan kuvaus

2.1

Katsaus viestinnän keinovalikoimaan ympäristöhallinnossa

Ympäristöministeriön hallinnonalalla on käytössään periaatteessa kaikki merkittävät viestintäkanavat ja keinot. Vuonna 2006 hyväksytyn hallinnonalan yhteisen viestintästrategian mukaan haaste onkin löytää kuhunkin tarkoitukseen ja kunkin sidosryhmän tarpeisiin parhaiten soveltuvat välineet vaikuttavuuden varmistamiseksi.

Keskeisiä viestintäkeinoja ja –välineitä ovat:

- sanomalehtien ja ulkopuolisten aikakauslehtien erikois- ja teemasivut
- web-pohjaiset ja painetut faktalehdet ja newsletterit
- sarja-, erillis- ja muut julkaisut
- sisäinen ja ulkoinen verkkopalvelu
- tiedotteet ja tiedotustilaisuudet
- keskustelutilaisuudet, seminaarit, retket
- painetut ja sähköiset esitteet
- julisteet ja kortit
- tietoiskut radiossa ja TV:ssä
- audiovisuaaliset tallenteet
- tietoiskut muiden verkkopalveluissa
- messut, näyttelyt, kampanjat
- palveleva puhelin
- median palvelu: valmius vastata kysymyksiin, taustakeskustelut ja ideointi, taustamateriaalin ja artikkelien tuottaminen
- informaatiotilaisuudet, koulutus- ja neuvottelupäivät

Keinovalikoimaa käyttäessään ympäristöhallinto ei poikkea muusta valtionhallinnosta. Hallinnollamme on kuitenkin tärkeä erikoispiirre ja vahvuus, joka erottaa sen muista hallinnonaloista. Siinä missä muut harrastavat virastokohtaisia ratkaisuja, ympäristöhallinto toimii monilta osin konsernina esimerkiksi ulkoisten ja sisäisten verkkopalveluiden tuotannossa.

Osittain kasvaneen yhteistyön ansiosta ympäristöhallinnon viestinnän osaaminen on kehittynyt vahvasti 2000-luvulla ja viestinnässä hyödynnetään yhä paremmin tarkoituksenmukaisia viestintävälineitä sekä reagoidaan viestintäkentässä tapahtuviin muutoksiin niin että tarjotaan aineistoa sidosryhmien kannalta mielekkäillä välineillä.

Ympäristöhallinnossa hyödynnetään myös välillisesti muiden tekemää viestintää: hallinto tukee kolmannen sektorin viestintä- ja valistustyötä sekä ostaa myös erilaisia viestintäpalveluita.

Ympäristöhallinto on tukeutunut viestinnässään enenevässä määrin sähköiseen viestintään, mitä edellyttävät mm. Århusin sopimus ja ympäristötietodirektiivi. Ympäristöministeriön 9.2.2005 tekemän päätöksen mukaan kansalaisten tulee löytää ympäristön tilaa ja muutoksia koskevat tiedot vastaisuudessa kattavasti ympäristöhallinnon www.ymparisto.fi -verkkopalvelun kautta.

2.2

Välineiden valinta ja yhteiskunnallinen vaikuttavuus

Ympäristöministeriön hallinnonalan viestintästrategia painottaa, että viestinnän keinovalikoimaa on arvioitava kokonaisuutena. Eri välineiden käytössä ja kehittämisessä on pyrittävä synergiaetuihin, kustannustehokkuuteen ja vaikuttavuuteen. Viestintästrategia analysoi myös sitä, miten toimintaympäristön muutokset vaikuttavat viestintään ja sitä kautta myös viestinnän välineiden vaikuttavuuteen.

Ympäristöhallinnossa **tiedollisen ohjauksen merkitys kasvaa** entisestään suhteessa lainsäädännölliseen ja taloudelliseen ohjaukseen, mikä on olennainen toimintaympäristön muutos viestinnän kannalta. Tätä tarvetta ei voi hallita vain yhdellä viestintätuotteella. Tarvitaan esimerkiksi välineitä, jotka soveltuvat kiinnostuksen herättämiseen ja asenteiden tuulettamiseen. Johonkin toiseen tilanteeseen taas sopii paremmin väline, joka jakaa selvästi rajatulle asiantuntijoiden joukolle faktaa kompaktissa muodossa. Joka tapauksessa on muistettava, että viranomaisohjaus ei voi perustua maksullisuuteen – esimerkiksi maksulliseen aikakauslehteen.

Yksi viestintästrategian peruskivistä on se, että viestinnän välineiden valinnassa on otettava **sidosryhmien tarpeet** ja tottumukset huomioon. Tässäkin suhteessa toimintaympäristö on turbulentissa vaiheessa – mediakenttä ja siihen liittyvät kulutustottumukset saavat koko ajan uusia muotoja. Sisältöjen tuotanto on avautunut kenelle tahansa. Wikipedian ja YouTuben tapaisilla malleilla ei ole portinvartijoita. Tarjonnan kasvaessa ja monipuolistuessa myös ympäristöhallinnon on oltava tarkka viestinnän välineiden valinnassa ja toteutuksessa. Emme pärjää kiinnostavuudessa, elleimme osaa vastata sidosryhmien tarpeisiin ja muuttaa toimintatapojamme joustavasti toimintaympäristön muuttuessa.

Mediamailma muuttuu yhä nopearytmisemmäksi. Tämä tarkoittaa sitä, että **joustavat ja nopeat, jopa reaaliaikaiset välineet** tulevat entistä kiinnostavammiksi. Tämä puoltaa web-pohjaisten välineiden valintaa. Niiden kehitys onkin ollut huimaavaa sitten 90-luvun puolivälin. Muun muassa sähköiset faktalehdet ja uutiskirjeet ovat vakiinnuttaneet asemansa organisaatioviestinnän välineinä.

Kun kilpailu ihmisten huomiosta kovenee, myös **elämyksellisyys, visuaalisuus ja asioiden henkilöityminen** korostuvat. Nämä puolestaan ovat ominaisuuksia, joihin aikakauslehti ainakin toistaiseksi antaa formaattina paremman mahdollisuuden kuin julkaiseminen verkossa. Aikakauslehti taipuukin mielenkiinnon herättämiseen, houkutteluun ja uusien asioiden lanseeraamiseen. Nimenomaan aikakauslehteä on totuttu pitämään taustaorganisaationsa käyntikorttina ja julkaisijansa näyteikkunana.

Ympäristöministeriön vision tärkeä osa on ekotehokas yhteiskunta. Hallinnonalan mielikuvaan vaikuttaa sekin, toimimmeko kuten opetamme. Tästä syystä myös **viestinnän välineiden materiaalihokkuudella** on suuri merkitys. Jos tämä näkökulma painaa vaa'assa eniten, valinta suuntautuu web-pohjaisiin tuotteisiin.

Näihin kaikkiin haasteisiin on vastattava, kun ympäristöhallinnossa toteutetaan laaja verkkopalveluiden uudistus lähivuosina. Se tulee muun muassa yhdistämään sisäisen ja ulkoisen palvelun, sähköisen asioinnin sekä toimimaan entistä tehokkaampana porttina erilaisiin ympäristön tilasta kertoviin tietovarantoihin. Palvelun

uudistamisen yhteydessä on myös ainutlaatuinen tilaisuus pohtia verkkopalvelun roolia uutisten ja taustojen välittäjänä sekä keskustelufoorumina. Toimintaympäristömuutokset näyttäisivät tällä hetkellä haastavan organisaatiot ottamaan uudella tavalla tehtäväkseen medioille perinteisesti kuuluneen uutisoinnin siinä missä mediat keskittyvät tulevaisuudessa asioiden taustoittamiseen.

2.3

Aikakauslehdet – katsaus

2.3.1

Ympäristö-lehti

Ympäristö-lehti pyrkii kertomaan ympäristöpolitiikasta ja -tutkimuksesta ymmärrettävästi ja houkuttelevasti sekä edistämään kestävän kehityksen viemistä kaikkiin poliittikkoihin. Sen tavoite on myös levittää hyviä käytäntöjä sekä antaa yrityksille ennakoivaa tietoa. Lehti kattaa ympäristöasiat laajasti ympäristön- ja luonnonsuojelusta kaavoitukseen ja kulttuurimaisemien suojeluun saakka.

Yritysten edustajat muodostavat merkittävän osan lukijakunnasta. Se pyrkii kuitenkin yleislehtimäisyyteen ja siihen, että se tavoittaisi myös ympäristöasioista kiinnostuneet tavalliset kansalaiset. Lehden journalistiseen toteutukseen on osoitettu voimavaroja : sillä on Suomen ympäristökeskuksessa kaksi vakituista toimittajaa. Lisäksi se ostaa paljon ulkopuolisten toimittajien juttuja. Ympäristö-lehdellä on toimitusneuvosto, jonka puheenjohtajana on ympäristöministeriön edustaja.

Ympäristöhallinto on julkaissut Ympäristö-lehteä vuodesta 1986. Se ilmestyy 8 kertaa vuodessa; tilaajia lehdellä oli 4 500 ja kokonaispainosmäärä keskimäärin 5000. Vapaakappaleet jaetaan pääosin hallinnonalan sisällä.

Ympäristö-lehden lukijatutkimukset on tehty 1999 ja 2005 ja ne ovat osin vertailukelpoisia. Vuonna 2005 tutkimukseen vastasi 214 lukijaa, ja vastausprosentti oli 33. Vastaajat olivat lähes kaikki ympäristöhallinnon ulkopuolelta. Heistä valtaosa oli yritysmaailman johtavassa asemassa olevia toimihenkilöitä ja suuri osa kunnan virkamiehiä. Vastaajista 60 prosentilla toimenkuvaan liittyi ainakin osittain ympäristöasioita.

Lehden lukijakunnassa on havaittavissa joitain selviä muutoksia. Vastaajista 55 prosenttia työskentelee johtavassa asemassa, kun vuonna 1999 luku oli 16 prosenttia. Vastaajista 34 prosenttia oli lukenut lehteä alle vuoden ja vain 7 prosenttia yli 5 vuotta. Vastaavat luvut vuonna 1999 olivat 8 prosenttia ja 29 prosenttia.

Vuoden 2005 lukijatutkimuksen perusteella on arvioitavissa, että Ympäristö-lehden lukijat ovat tyytyväisiä tilaamaansa lehteen eikä palautteen perusteella ole aihetta lehden suuriin muutoksiin. Se, että lehti on ympäristöhallinnon julkaisema, on merkityksellistä lukijoille. Lehteä näytetään säilytettävän jonkin aikaa, eikä sitä kovin paljon kierrätetä. Nämä tekijät vahvistavat käsitystä, että keskeiselle lukijajoukolle lehti näyttää olevan yksi perustietolähde hallinnon ympäristöasioihin. Lehden sisältöön lukijat vaikuttavat kohtuullisen tyytyväisiltä, joskin palautteen perusteella sisällön painopisteitä ja eräiden palstojen roolia voisi arvioida uudestaan. Lukijatutkimuksen perusteella on lehteen tehtykin joitakin muutoksia.

2.3.2

Asu ja rakenna -lehti

Asu ja rakenna -lehden pääkohteita ovat asumisen ja rakentamisen ammattilaiset ja kuntien virkamiehet. Lehti kertoo direkttiivien, lakien ja muiden päätösten valmistelusta ja taustasta sekä kokemuksista soveltamisesta. Se sisältää paljon hallinnonalan

virkamiesten omia kirjoituksia. Journalistiseen toteutukseen on kohdennettu niukasti resursseja. Lehdellä on editoiva toimittaja Stellatumissa, joka kustantaa lehteä. Lehti ilmestyy 6 kertaa vuodessa.

Ympäristöhallinto on julkaissut Asu ja rakenna -lehteä vuodesta 1994. Se ilmestyy 6 kertaa vuodessa ja sillä oli vuonna 2004 4 100 tilaajaa kokonaispainosmäärän ollessa keskimäärin 4 900.

Asu ja rakenna -lehdellä on toimitusneuvosto, jonka puheenjohtajana on ympäristöministeriön edustaja.

2.3.3

Tuki ulkopuolisille lehdille

Lisäksi ministeriö myöntää Valtakunnallisille asunto- ja rakennusalan järjestöille tukea valistus- ja neuvontatoimintaan. Rakennustarkastusyhdistys on kuitenkin ainoa, joka käyttää sen kokonaan lehden tekemiseen. Myös ympäristöjärjestöt saavat tukea, jota voidaan käyttää viestintään ja valistukseen. (Katso kustannuksista tarkemmin kappale 4.1.)

2.3.4

Viestintästrategian taustaryhmän lähetekeskustelut vuonna 2004

Ympäristöministeriön eri osastojen edustajista koostunut viestintästrategian taustaryhmä kävi joulukuussa 2004 keskustelua hallinnon aikakauslehtien kehittämisestä. Esillä oli myös mahdollisuus lehtien yhdistämisestä.

Tuolloin Ympäristö-lehdelle esitettiin seuraavia sisältöön kohdistuvia kehittämisehdotuksia:

1. Hallinnon kannalta merkittäviä aiheita olisi käsiteltävä ajantasaisesti ja hallinnon toiminnan huomioon ottaen ja niissä tulisi olla selkeitä kytkentöjä ministeriön aihealueisiin.
2. Sisällön suunnittelun tulisi olla ympäristöpoliittisesti osuvampaa, erityisesti luonnonsuojeluaiheiden koettiin olevan kaukana virkamiesten arjesta.
3. Lehden tulisi olla foorumi jossa virkamiehet voisivat sanoa asioita suuremmin kuin esimerkiksi tiedotteissa.
4. Asioiden valmistelussa tulisi kertoa enemmän asioiden valmistelussa EU:ssa, eri tahojen näkökannoista valmistelussa sekä EU:n politiikasta.
5. Lehti voisi ylittää enemmän aihealueiden rajoja.

Asu- ja rakenna -lehteen kohdistui seuraavia sisällön kehittämisehdotuksia:

1. Lehti voisi olla ajankohtaisempi.
2. Lehden sisältö voisi olla monipuolisempi.
3. Valmistelussa olevien asioiden esittelyä pidettiin tärkeänä.
4. Virkamiesten puheenvuoro -tyyppisiä kirjoituksia kaivattiin lisää.

Asu ja rakenna -lehden todettiin vastaavan hyvin erityisesti asunto- ja rakennusosaston tarpeita. Ympäristö -lehteen oltiin YSO:ssa erityisen tyytyväisiä.

Kaiken kaikkiaan ryhmä totesi vuonna 2004, että lehtien yhdistäminen ei olisi perusteltua niiden erilaisen tavoitteen asettelun, kohderyhmien ja sisällöllisten linjausten takia. On kuitenkin muistettava, että mahdollisuus kokonaan uuden lehtikonseptin luomisesta ei ollut aikanaan esillä ollenkaan. Myöskään vaihtoehtoa, jossa kummatkin lehdet lakkautettaisiin, ei käsitelty tuolloin keskustelussa. Lehtien sisällön kehittämisehdotukset ovat osin nykyäänkin relevantteja.

Aikakauslehtien vaikuttavuuden selvittäminen on osoittautunut vaikeaksi tehtäväksi, mutta lehtien vaikuttavuutta arvioitaessa on hyvä muistaa, että kummatkin lehdet ovat tilauspohjaisia. Se voidaan tulkita viestiksi siitä, että lehtien tarjoamilla aineistoilla on kysyntää ja lehdet koettaneen toimiviksi.

2.4

Käyttäjätilastoja ja palautetta verkkopalvelusta ympäristöhallinnossa

2.4.1

Webistä on tullut arkipäivää

Verkkopohjaisten palveluiden käytöstä on tullut suomalaisille arkipäivää: alle 50-vuotiaista käytännössä kaikki käyttävät internet-palveluita (Sisäasiainministeriön ja Taloustutkimus Oy:n selvitys).

Saavutettavuuden lisäksi internet tarjoaa voittamattomat haku- ja arkistointiominaisuudet. Ympäristöhallinnon verkkopalvelu on testannut kuinka hyvin aineistomme sattuvat hakijan haaviin, jos hän osaa edes hiukan arvailla hakusanoja. Tulokset ovat olleet hyviä, ja osa aineistostamme nousee hakurobottien seuloissa kärkeen, kiitos kurinalaisen ja tarkan metatietojen syöttämisen.

Verkkopalvelu voidaan myös yhdistää erilaisten newsletter- tai fact sheet tyyppisten tuotteiden kanssa. Niitä ei tarvitse painaa ollenkaan tai vain pieniä määriä, koska web on niiden tärkein jakelutie.

2.4.2

Ymparisto.fi – tilastoja ja kokemuksia

Myös ympäristöhallinnon verkkopalveluiden kävijämäärät kasvavat koko ajan voimakkaasti. Esimerkiksi ymparisto.fi:n kävijämäärä oli vuonna 2004 reilut 400 000 ja vuonna 2006 yli 950 000. Näihin mittauksiin liittyy aina jonkin verran metodisia ongelmia, mutta suunta on joka tapauksessa selvä: web on tämän päivän ja huomisen ylivoimaisesti tärkein viestinnän väline.

Ymparisto.fi:stä järjestettiin asiakaskysely ulkoisille asiakkaille ja omalle henkilöstölle marraskuussa 2005. Kyselyyn vastasi 607 ulkoista asiakasta ja 499 ympäristöhallinnon työntekijää. Kyselyn perusteella asiakkaat pitivät ymparisto.fi-verkkopalvelua luotettavana, ajantasaisena ja ajankohtaisena. Sisältö on kattava ja kieliasultaan ymmärrettävä. Palvelu toimii teknisesti hyvin. Asiakkaat pitivät Ymparisto.fi-verkkopalvelua tehokkaana tiedon hankkimisen välineenä, joka säästää heidän aikaansa. Lisäksi palvelu vähentää muuta asiointitarvetta. Asiakkaiden suurin ongelma on eksyminen sivustolle ja tiedon löytymisen vaikeus. Yksittäisistä kehittämissuhteista tärkeimmäksi nousi haun parantaminen.

Ymparisto.fi-verkkopalveluun tulleesta palautteesta tehdään vuosittain selvitys. Vuonna 2005 Ymparisto.fi:hin lähetettiin 4 480 palautetta. Suurin osa kysymyksistä eli noin 33 prosenttia liittyy ympäristöhallinnon substanssiin. Aihealueittain tarkasteltuna valtaosa palautteista koskee ympäristönsuojelua, vesivarojen käyttöä ja luonnonsuojelua. Myös ympäristön tilasta, maankäytöstä ja rakentamisesta ja lupa-asioista kysytään paljon. 10 % kysymyksistä koskee palveluja, erityisesti julkaisujen, esitteiden yms. tilauksia tai näitä koskevia tiedusteluja sekä lomakkeisiin liittyviä kysymyksiä, yhteystietoja jne. Asiakkaat hakevat palautejärjestelmän kautta myös apua tiedonetsintään (16 %). Moitteita ja kritiikkiä tuli 132 kappaletta (2,6 % palautteista). Suurin osa kritiikistä kohdistui ministerin kannanottoihin.

Asuminen.fi

Asuminen.fi on toukokuussa 2003 julkaistu Suomi.fi:n teemaportaali, jonka tavoite on, että kaikki keskeinen verkosta löytyvä asumisen tieto on kansalaisten käytettävissä yhden verkkopalvelun kautta. Julkistamisen jälkeen palvelu vakiinnutti nopeasti asemansa. Sivupyyntöjen määrä on ollut noin 120 000 kappaletta kuukaudessa. Asuntojen.hintatiedot.fi julkistettiin 2.7.2007. Palvelu on linkkinä muun muassa Asuminen.fi:n sivulla. Linkityksen jälkeen Asuminen.fi:n sivupyyntöjä on ollut reilut 220 000 kappaletta kuukaudessa. Asuminen.fi on tarkoitus uudistaa sekä teknisen alustan että sisällön osalta vuoden 2008 aikana.

Palvelun käytönseurannan perusteella suurin osa sivuilla kävijöistä hakee tietoa tarjolla olevista vuokra-asunnoista ja omistusasunnoista. Asuntojen.hintatiedot.fi –palvelun julkistamisen jälkeen käytetyin on ollut sivu, johon palvelu on linkitetty. Sivulta on edetty paitsi hintatiedot.fi –palveluun myös muihin asuntojen ja kiinteistöjen hintoja koskeviin tietoihin. Luonnollisesti myös muiden sivujen käyttö on lisääntynyt.

Palveluun tulleet palautteet ovat muun muassa ehdotuksia uusiksi linkeiksi, asumista ja asunnon hakemista koskevia käytännön kysymyksiä ja kommentteja palvelun toiminnallisuudesta. Kaikkiin palautteisiin vastataan joko itse tai lähettämällä palaute vastattavaksi sopivalle taholle.

Ara.fi-verkkopalvelu

Valtion asuntorahaston Ara.fi-verkkopalvelu julkaistiin nykymuodossaan maaliskuussa 2005. Sivustolle on koottu kaikki olennainen tieto asuntorahaston toiminnoista ja verkkopalvelu tukee asuntorahaston tavoitteita ja tehtäviä. Verkkopalvelun kohderyhmät ovat kunnat, yleishyödylliset yhteisöt ja rakennuttajat. Verkkopalvelusta löytyy myös kansalaisia kiinnostavaa tietoa.

ARA tuottaa erilaisia toimintaansa kuvaavia ja toimintaan olennaisesti liittyviä tilastoja, selvityksiä ja julkaisuja. Kaikkien näiden tuotteiden pääasiallinen jakelukanava on ARAn verkkopalvelu, jota tuetaan sähköpostitse tapahtuvalla viestinnällä keskeisille asiakasryhmille.

Palautepostiin tulee eniten korjaus- ja energia-avustuksia koskevia kysymyksiä. Palautteet ohjautuvat kunkin sivun vastuuhenkilölle, ja kaikkiin palautteisiin vastataan.

Käytön seurantatietoja on vuodelta 2006, jolloin sivupyyntöjä oli keskimäärin 235 000 kuukaudessa. Kiireisin kuukausi oli huhtikuu, jolloin tuli haettavaksi uusi avustus, pientalojen energia-avustus. Huhtikuussa sivupyyntöjä oli 380 000.

Ara.fi-verkkopalvelua uudistetaan vuoden 2008 alussa, kun Valtion asuntorahasto muuttuu Asumisen rahoitus- ja kehittämiskeskukseksi.

Pohjoismaiset kokemukset

Pohjoismaiden ympäristöministeriöiden ja muun keskushallinnon viestintä- ja tiedotuspäälliköt vierailivat vakiintuneen pohjoismaisen viestintäyhteistyön merkeissä Helsingissä ympäristöministeriön kutsumina kesällä 2005. Tapaamisen aikana käsiteltiin myös eri ministeriöiden käyttämien viestinnän välineiden vaikuttavuutta ja käytiin välineet läpi maittain.

Kaikilla pohjoismailla on käytössään kirjava valikoima erilaisia välineitä painetuista maksullisista tai maksuttomista aikakauslehdistä suppeampiin painettuihin tai sähköisiin uutiskirjeisiin saakka. Mikään pohjoismaa ei ainakaan siihen mennessä ollut kokonaan luopunut painetuista lehdistä. Erityisesti tanskalaisilla oli hyviä kokemuksia median palvelemisesta myös valmiita juttupohjia tuottamalla.

3 Vaihtoehtoisten toimintamallien kuvaus ja swot-analyysi

Työryhmä määritteli kolme aikakauslehtien kustantamiseen liittyvää vaihtoehtoa, joiden etuja ja haittoja hallinnonalan viestinnän näkökulmasta analysoitiin. Vaihtoehdot ovat:

- A. kaksi painettua aikakauslehteä, kuten nykyisinkin
- B. yksi painettu aikakauslehti, jolle luodaan kokonaan uusi konsepti ja täydentäviä välineitä
- C. ei yhtään painettua aikakauslehteä, muut keinot käyttöön.

Analysointi tehtiin ns. SWOT-analyysin avulla. Ryhmän jäsenet nimesivät kunkin vaihtoehdon **heikkoudet ja vahvuudet sekä uhkat ja mahdollisuudet** pitkällä aikavälillä. Kaikkien jäsenten näkemykset on kirjattu taulukoihin, jotka löytyvät raportin liitteestä 1. Niiden tulokset voi tiivistää seuraavasti:

A. Nykyinen malli: kaksi painettua aikakauslehteä

Jatketaan sekä Ympäristö- että Asu ja rakenna -lehtien painamista ja julkaisua.

Vahvuudet ja mahdollisuudet

Molempia aihepiirejä edustavat virkamiehet voivat kokea, että heillä on oma nimikkolehti. Juttutyyppejen kohdentaminen eri ryhmille koettiin helpommaksi, koska lehdistä on vakiintunut erilainen tilaajakunta. Mahdollisuutena koettiin lehtien edelleen kehittäminen nykyisistä lähtökohdista edellyttäen että lisäresursseja on saatavissa.

Heikkoudet ja uhkat

Kaksi lehteä alleviivaa hallinnon kahtia jakautuneisuutta. Lisäksi aikakauslehtiformaatti edellyttäisi journalistisen panoksen allokontia molempiin lehtiin – ei vain toiseen. Jos kumpaakin lehteä kehitettäisiin edelleen nykyisestä, se edellyttäisi taloudellista panostusta jota hallinnolla ei ehkä ole.

Lehdissä on myös päällekkäisiä sisältöjä, kuten maankäytön suunnitteluun, rakennusten ja kulttuurimaisemien suojeluun sekä ilmastonmuutokseen liittyvät aiheet. Tilanteen jatkuessa ennallaan tehokkaampien, eri sidosryhmien ja aiheiden mukaan räätälöityjen välineiden kehittäminen jäisi tekemättä. Esimerkiksi kansainväliseen viestintään kaivataan erityisesti omaa viestintävälinettä.

Maksullinen aikakauslehti ei myöskään voi olla informaatio-ohjauksen väline.

B.Yksi painettu aikakauslehti, jossa käsiteltäisiin koko hallinnonalan asioita kestävän kehityksen näkökulmasta

Lehti ei olisi kumpikaan nykyinen aikakauslehti – Asu ja rakenna tai Ympäristö-lehti – laajennettuna, vaan kokonaan uusi aikakauslehti, jonka koko konsepti: kohderyhmä, sisältö, ulkoasu, toimitustapa, ilmestymistiheys, nimi jne. pohdittaisiin alusta alkaen. Tavoitteena olisi kuitenkin journalistisin periaattein toimitettu, korkealaatuinen julkaisu. Sen yhteinen nimittäjä olisi kestävä kehitys: kaikkia hallinnon aihealueita lähestyttäisiin kestävän kehityksen näkökulmasta.

Niille aiheille/aihealueille, jotka mahdollisesti jäisivät tämän välineen ulkopuolelle, luotaisiin muita, täydentäviä viestinnän välineitä, jotka parhaiten tavoittaisivat kulloinkin relevantit sidosryhmät. Nämä välineet olisivat pääsääntöisesti sähköisiä ja kustannustehokkaita sekä tarkasti vastaanottajien tarpeiden mukaan räätälöityjä.

Vahvuudet ja mahdollisuudet

Tämän mallin vahvuuksia ovat oletettu taloudellinen säästö kahden lehden korvautuessa yhdellä, hallinnonalan näyttäytyminen kokonaisuutena ja mahdollisuus uuden, korkeatasoisen ”käyntikortin” kautta raikastaa hallinnon ilmettä ja parantaa julkisuuskuva.

Vapautuvia resursseja haluttaisiin käyttää erityisesti nykyään varsin vähäisillä resursseilla tehtävien, asumisen aihealueen verkkosivujen (asuminen.fi) journalistisen tason ja ajankohtaisuuden parantamiseen. Konsepti mahdollistaisi myös esimerkiksi yhden ulkomaiselle yleisölle suunnatun, kansainvälisen numeron tekemiseen. Niille nykyisten lehtien sisällöille, jotka ovat lähinnä viranomaisen informaatio-ohjauksen kaltaista yksityiskohtaista opastusta, etsittäisiin tehokkaammat ja saajalle ilmaiset viestintätavat.

Lehdelle nähdään myös olevan tilaa markkinoilla: Suomessa ei toistaiseksi ole yhtään aikakauslehteä, jossa käsiteltäisiin asioita kestävän kehityksen kannalta. Uuden lehden kautta voitaisiinkin ehkä tavoittaa kokonaan uusia kohderyhmiä ja tehostaa samalla ympäristökasvatusta.

Heikkoudet ja uhat

Mallin suurimmat heikkoudet liittyvät pelkoon lehtien lopettamisen osakseen saamasta vastustuksesta, jonka oletetaan pilaavan ministeriön sisäistä ilmapiiriä.

Erityisesti asumisen ja rakentamisen edustajat kokivat, että uusi lehti ei voi mitenkään korvata nykyistä Asu ja rakenna –julkaisua. Sitä pidetään nykyään tarpeeksi hyvänä välineenä saavuttaa tietyt rakentamisen, asumisen ja yhdyskuntasuunnittelun tahot ja ammattilaiset. Niin ikään pidetään uhkana sitä, että uusi laveamman aihepiirin lehti – ”sekatavarakauppa” - ei löydä omaa yleisöään. Toisaalta uusi lehti voisi leimautua jommankumman nykyisen lehden jatkajaksi – ja toisen lehden tilaaja- ja lukijakunta menetettäisiin.

Uhkiiin kuuluu myös lehti uudistuksen vaatima melkoinen työmäärä sekä välivaihe, jonka aikana uusi lehti etsii profiiliaan ja yleisöään.

Jos uusi lehti olisi ulkoisesti hyvin näyttävä, se voisi sotia kestävän kehityksen periaatetta vastaan ja kilpailisi veronmaksajien varoin kaupallisten toimijoiden tuotteiden kanssa. Jos taas uudistuksessa säästeltäisiin liikaa, uusi tuote olisi mitään sanomattoman näköinen ja epäkiinnostava tuote ja siihen käytetty resurssi menisi hukkaan. Yhtenä uhkana on, että ylipäänsä hallinnon viestintään käytettävät resurssit hiipuisivat, jos kaksi lehteä muutettaisiin yhdeksi lehdeksi.

Kokonaan uuden lehtikonseptin luominen ja lanseeraus vaativat runsaasti resursseja, joita tarvitaan samaan aikaan myös verkkopalvelun uudistuksessa. On riski, että voimavarat eivät riitä molempiin.

Taustoittavasta ja ennakoivasta roolista huolimatta lehti ei pysty tarjoamaan oikea-aikaisesti aineistoaan tiedontarvitsijalle, jos verkkopalveluiden merkitys uutisointivälineenä kasvaa ennustetusti. Tällöin syntyy tarve saada uutisoivat ja taustoittavat aineistot samassa yhteydessä.

C. Ei yhtään painettua aikakauslehteä, muut keinot tehokkaampaan käyttöön

Tässä mallissa kummatkin painetut aikakauslehdet lakkautettaisiin. Ne korvattaisiin monipuolisella keinovalikoimalla, joka koostettaisiin haluttujen kohderyhmien ja välitettävien viestien perusteella yhteistyössä hallinnon asiantuntijoiden kanssa. Uusien välineiden ja niiden sisältöjen luomiseen ja ylläpitoon käytettäisiin niitä henkilö- ja taloudellisia resursseja, jotka vapautuisivat, kun aikakauslehdet lakkautettaisiin.

Keinovalikoimaan kuuluisivat esimerkiksi:

- sähköiset tietolehtiset (fact sheets)
- sähköiset uutiskirjeet
- entistä aktiivisemmän ja järjestelmällisemmän median palvelun
- hallinnon tuottaman materiaalin tarjoamisen muihin välineisiin, kuten sanoma- ja aikakauslehtiin sekä paikallis-, ilmais- ja kaupunkilehtiin
- verkkopalveluiden kehittämisen enemmän ajankohtaismateriaalia sisältäviksi

Vahvuudet ja mahdollisuudet

Mallin vahvuuksia liittyvät resurssien vapautumiseen ja mahdollisuuteen kohdentaa niitä uudelleen nykyistä harkitummin, sekä siihen että ympäristöministeriö näyttäisi mallia kestäväen kehityksen ministeriönä edistämällä materiaalitehokkuutta viestinnässä. Sähköisiin välineisiin painottuvan mallin etuja ovat myös mahdollisuus reaaliaikaiseen tiedonvälitykseen, viestien helppo räätälöitävyys kohderyhmien mukaan sekä tiedon helppo arkistoitavuus ja tehokkaat hakutoiminnot.

Heikkoudet ja uhat

Mallin heikkoudet liittyvät pelkoon ympäristöhallinnon tiedonvälityksen pirstaloitumisesta ja hallinnonalan kokonaiskuvan häviämisestä sekä hallinnonalaan esittelevän ”näyteikkunan” tai ”käyntikortin” menettämisestä.

Oletetaan, että yhteys hallinnon asiakkaisiin ja tärkeisiin sidosryhmiin erityisesti asumisen ja rakentamisen alueella menetetään lehtien lakkauttamisen myötä. Lehtien koetaan sopivan luonteeltaan verkkopalvelua paremmin perusteellisen ja pohtivan aineiston levittämiseen. Lisäksi omassa lehdessä hallinto saa viestinsä väärentämättöminä läpi. Netissä olevasta tiedosta koetaan olevan ylitarjontaa, ja pelätään, että ihmisillä ei ole aikaa eikä halua käydä lukemassa erilaisia sivustoja.

Lisäksi pelätään, että aikakauslehtien lopettamisen varjolla viestinnän resursseja kaiken kaikkiaan vähennettäisiin.

4 Kustannusarvioita

4.1

Nykyisten lehtien tekotapa ja kustannukset

Kumpikin lehti tuotetaan virkamiestyönä ja ulkoisina juttutilauksina. Kustannusten vertailua hankaloittaa kuitenkin se, että Ympäristö-lehden sisällöntuotannosta vastaa kaksi päätoimista toimittajaa, kun taas Asu ja rakenna lehden sisällöntuotanto hajautuu lukuisille eri asiantuntemusta edustaville virkamiehille. Koska kaikissa tulevaisuuden vaihtoehtomalleissa on todennäköistä, että virkatyönä tehtävä viestintätyö ei tule vähenemään vaan suuntautuu eri keinoihin, työryhmän mielestä kustannusvertailuihin ei ole tarkoituksenmukaista sisällyttää ympäristöhallinnon palkkakuluja etenkin kun niiden vertaileminen ei ole yksiselitteistä.

Asu ja rakenna -lehden kustannuksista ympäristöministeriössä ovat vastanneet hallinto- ja viestintäyksiköt. Ympäristö-lehden kustannukset taas jakautuvat ministeriön ja SYKE:n viestintäyksiköiden kesken. Molemmissa tapauksissa kustantajan (Stellatum) tyypillisiä kustannuksia ovat paino- ja jakelukustannukset.

Julkaisija maksaa SYKE:lle vuodessa 7 000 euroa kehittämiskorvausta.

Taulukko: Ympäristöhallinnon suorat kustannukset aikakauslehdistä 2006, euroa

	Ympäristö*	Asu ja rakenna
Juttu- ja kuvakorvaukset, käännökset	20 000	20 700
Ulkoistettu toimituksellinen työ (editointi / taitto)	20 000	24 200
Virkatyötä ei ole laskettu mukaan	----	---
Yhteensä	40 000	44 900

Lisäksi Rakennustarkastusyhdistyksen kustantama Rakennettu ympäristö -lehdelle on vuonna 2007 myönnetty 30 000 euroa.

Rakennettu ympäristö -lehden saama summa on osa ministeriön myöntämää tukea valistus- ja neuvontatoimintaan. Sitä myönnetään valtakunnallisille asunto- ja rakennusalan järjestöille. Rakennustarkastusyhdistys on kuitenkin ainoa, joka käyttää sen kokonaan lehden tekemiseen. Vuonna 2007 tällaista apua myönnettiin noin 315 000 euroa. Myös ympäristöjärjestöt saavat tukea, jota voidaan käyttää viestintään ja valistukseen.

** Ympäristö-lehdellä on 2 päätoimista toimittajaa.*

Arvioita vaihtoehtojen B ja C kustannuksista

Aikakauslehden kustannukset riippuvat monesta asiasta: laajuus, ilmestymistiheys, kunnianhimo ulkoasun, erityisesti kuvituksen suhteen, ulkoa ostettujen juttujen määrä jne. Näihin taas vaikuttavat valitut kohderyhmät ja tärkeimmät viestit joita ympäristöhallinto haluaa välittää. Toistaiseksi määrittelemättömän lehtikonseptin mukaista tuotetta on mahdotonta hinnoitella. On kuitenkin todennäköistä, että yhden lehden julkaiseminen on kustannustehokkaampaa kuin kahden.

Valtionhallinnon viestintätuotteiden joukosta löytyy kuitenkin esimerkkejä, joiden kustannuksia tarkastelemalla voidaan saada yleiskäsitys eri lehtikonseptien hintahaarukoista.

Tähän raporttiin on valittu esimerkeiksi maa- ja metsätalousministeriön uusi 60 degrees North –lehti sekä MMM:n uutiskirjeet, ympäristöministeriön ”Faktaa” lehtiset, SYKEN sähköinen uutiskirje sekä VM:n uusi verkkolehti.

- **SYKEN kansainvälinen uutiskirje Envelope.** SYKE julkaisee sähköistä uutiskirjettä Envelope 3–4 kertaa vuodessa kansainvälisille sidosryhmilleen. Uutiskirje on tehty osana MMM:n hallinnonalan uutiskirjejärjestelmää, minkä tähden se maksoi SYKelle kertakorvauksena 1000 euroa. Jatkossa SYKE maksaa serverimaksua 150 euroa vuodessa. Graafinen suunnittelu tehtiin virkatyönä. Työkalu mahdollistaa rajattoman sähköisen julkaisemisen minkä takia työkalua on tarkoitus käyttää myös muuhun täsmäviestintään. Työkalulla on myös painotuoteominaisuus.
- **MMM:n uutiskirjeet.** MMM julkaisee neljää sähköistä uutiskirjettä jotka on kohdistettu hallinnonalan eri kohderyhmille: Verso, Liiteri, Käpy ja Sarvi. Uutiskirjeet voidaan myös tulostaa. Työkalun luominen maksoi kertakustannuksena 10 000 euroa, mutta kustannukset jaettiin hallinnon 10 organisaatiolle, joita kirjeet siis palvelevat. Tämän jälkeen uutiskirjeet maksavat hallinnon työvoimaa. Uutiskirjeissä käytetään hallinnon omaa kuvapankkia. Serverimaksu on 20 euroa kuukaudessa.
- **MMM:n hallinnonalan 60 degrees North.** MMM julkaisee etuipäässä kansainväliseen käyttöön tarkoitettu 60 degrees North –aikakauslehteä, joka korvaa nykyään hallinnon muut aikakauslehdet. Lehden tarkoitus on kertoa ulkomaisille sidosryhmille laajasti luonnonvarojen kestävästä käytöstä Suomen pohjoisissa oloissa. Lehti on upeasti ja hauskaasti taitettu ja journalistisesti toimitettu. Lehdestä ilmestyy 1–2 englanninkielistä ja noin yksi suomenkielinen versio vuodessa. Lehti on kokonaan ulkoistettu Lehdentekijät Oy:lle ja se maksaa noin 25 000 euroa per numero (56 sivua). Postituksineen lehti maksaa noin 30 000 euroa/numero. MMM maksaa kaikki lehden kulut.
- **Ympäristöministeriön ”Faktaa” lehtiset ja Newsletter –konsepti.** YM kehitti EU-puheenjohtajuuskautta varten nämä kaksi kevyttä, kompaktia ja joustavaa välinettä. ”Faktoja” on puheenjohtajuuskauden jälkeen tehty lukuisia ja hyvin erilaisista aihealueista. Viimeisin on kuntien rakennustarkastajille räätälöity tietoisuutta lisäävä, koska on käytettävä erityismenettelyä sortumien ja muiden riskien ennaltaehkäisemiseksi. Faktojen kustannukset liittyivät konseptin luontiin. Konseptin suunnittelu maksoi 3000 euroa. Varsinainen tuotanto on joko oman henkilöstön työaika tai ostopalveluna noin 500 euroa per lehtinen, jos käsikirjoitus on valmis. Newsletter –konseptia ei toistaiseksi ole käytetty puheenjohtajuuskauden jälkeen. Konseptin suunnittelu maksoi 5000 euroa. Varsinainen tuotantosisällön tuotanto ja taitto tehtiin omana työnä.

- **Valtion työmarkkinalaitos** päätti lopettaa neljä kertaa vuodessa ilmestyneen. **Valtiotyönantaja-lehden** paperiversion ilmestymisen. Tilalle rakennettiin verkkolehdi www.valtiotyönantaja.fi. ja sitä täydentämään sähköinen uutiskirje. Molempien teknisestä toteutuksesta vastasi Onesta Solutions, jonka Livelink-työkalua käytetään myös VM:n ulkoisissa verkkosivuissa ja intranetissä. Verkkolehden ja uutiskirjeen tekninen toteutus vastasi kustannuksiltaan noin paperilehden yhtä vuosikertaa (noin 35 000 euroa). Paperilehti oli taitettu VM:n viestinnässä ja artikkelit oli tehty joko viestinnässä tai tilattu asiantuntijoilta, jotka kirjoittivat virkatyönään. Paperilehden kustannukset koostuivat siten pääasiassa paino- ja postituskuluista. Paperinen lehti oli mustavalkoinen yhdellä lisävärillä, joten painatuskustannukset olivat neliväriä edullisemmat. Lehden ulkonäköön verkkolehti toi huomattavaa piristystä nykyaikaa viestivällä ulkonäöllään.

Myös KTM on asettanut ryhmän miettimään kahdeksan lehtensä tulevaisuutta. Osa lehdistä on työministeriön ja sisäasiainministeriön perustamia.

Myös EU komission DG Environment satsaa sähköisiin uutiskirjeisiin – esimerkkinä LIFEnews.

5 Johtopäätökset ja työryhmän ehdotukset

Työryhmä ehdottaa, että malli C toteutetaan. Tässä mallissa kummatkin painetut aikakauslehdet lakkautetaan siirtymäajan jälkeen. Tämä siirtymäaika kestää vähintään 1.1. 2010 saakka. Lehtien lakkauttamisen ajankohta on sidoksissa tulossa olevaan ympäristöhallinnon verkkopalveluiden kokonaisuudistukseen. Aikakauslehtien lakkauttamisajankohta päätetään sitovasti vähintään vuotta aikaisemmin kuin lakkauttaminen käytännössä tapahtuu. Kustantajan kanssa tehdyn sopimuksen mukaisesti lakkauttaminen tapahtuu 1.1. XXXX, eli kalenterivuoden vaihteessa.

Aikakauslehdet korvataan monipuolisella, pääosin sähköisiin välineisiin pohjautuvalla keinovalikoimalla. Se tulee koostaa niin, että kunkin teeman kannalta tärkeimmät sidosryhmät saavat tarvitsemansa tiedon sellaisella välineellä, joka tavoittaa ne parhaiten. Viestinnän ammattilaiset kehittävät keinovalikoimaa yhteistyössä hallinnon asiantuntijoiden kanssa.

Sähköisiin välineisiin painottuvan mallin etuja ovat mahdollisuus reaaliaikaiseen tiedon välitykseen, viestien helppo räätälöitävyys eri sidosryhmien mukaan sekä tiedon helppo arkistoitavuus ja tehokkaat hakutoiminnot. Merkittävää on myös, että ympäristöministeriö näyttää mallia kestävän kehityksen ministeriönä edistämällä materiaalitehokkuutta viestinnässä.

Mallin vahvuutena on mahdollisuus kohdentaa resursseja uudelleen nykyistä harkitummin. Uuden keinovalikoiman määrittelyn pohjaksi teetetään kevään 2008 aikana ulkopuolisella konsultilla ympäristöhallinnon sidosryhmäanalyysi. Analyysi auttaa selvittämään sitä, mikä on näiden sidosryhmien tavoittamisen kannalta paras viestintäväline.

Alustavasti työryhmä ehdottaa, että keinovalikoimaan kuuluisivat ainakin:

- asumisen aihealueen verkkopalvelun vahvistaminen
- sähköiset uutiskirjeet ja tietolehtiset
- ns. monikanavajulkaiseminen (cross media)
- entistä aktiivisempi ja järjestelmällisempi median ja sidosryhmien palvelu
- hallinnon tuottaman materiaalin tarjoaminen muihin välineisiin, kuten sanoma- ja aikakauslehtiin sekä paikallis-, ilmais- ja kaupunkilehtiin

Helsingissä 31. päivänä lokakuuta 2007

Päivi Sihvola

Jarmo Komppula
Jarmo Linden
Esa Nikunen
Päivi Lundvall
Taina Nikula
Juha Toropainen
Ulla Virtasalo

Ulla Virtasalo
Teppo Lehtinen
Anne Brax
Kirsi Norros
Matti Vatiolo
Esko Kuusisto

LIITTEET:

1. SWOT-analyysit
2. Esa Nikusen ja Kirsi Norroksen eriävä mielipide

Liite I. SWOT-analyysit

I. Jatketaan kahden painetun aikakauslehden julkaisemista

Vahvuudet • status quo ei aiheuta muutokset • asuminen ja rakentaminen voi mieltää, että heillä oma nimikkolehti • Molemmilla lehdillä vakiintunut lukijakunta, jonka palvelemiseen lehdet voivat keskittyä • Fokusointi yhteen aihealueeseen helpottaa toimitustyötä ja lehtien kehittämistä • Suuri osa lukijoista kiinnostunut vain toisesta aiheesta joten lehti pysyy heille kiinnostavampana kuin yhdistelmä • Tällä hetkellä tyytyväiset tilaajat/lukijat pysyvät todennäköisesti tyytyväisinä • Tukee HO:n painotusta asuntorakentamiseen • Artikkelien kohdennus on selkeämpää	Heikkoudet • Alleviivaa hallinnonalan eri toimintojen erillisyyttä, eikä tue yhtenäistä mielikuvaa ministeriöstä ja sen hallinnonalasta • Journalistinen taso vaihtelee suuresti ja siihen on panostettu epätasaisesti • Resurssien allokointi ei optimaalista vaikuttavuuden kannalta • Kahden lehden tekeminen ja kehittäminen on kallista • Mielikuva ympäristöhallinnosta pysyy kaksijakoisena • Yhdistämisestä syntyvä synergiaetu jää saamatta • Mahdollisesti tehokkaammat viestintäkeinot jäävät hyödyntämättä • Maksullista aikakauslehteä yksinään ei voi käyttää informaatio-ohjauksen päävälineenä
Mahdollisuudet • Jos saadaan lisäresursseja niin molemmat lehdet voivat kehittyä omista ja lukijoidensa näkökulmista nykyistä kiinnostavimmiksi • Kaksi lehteä voi saada monipuolisemmat viestit ja laajemman lukijakunnan • Lehtiä voidaan edelleen kehittää erillään esim. sähköisen julkaisun suuntaan	Uhat • Hyvän elinympäristön problematiikkaa ei tule kuvatuksi kokonaisuutena, vaikka lukemattomia vuorovaikutussuhteita esimerkiksi perinteisen ekologisen näkökulman ja rakennettuun ympäristöön liittyvien sosio-ekonomisten tekijöiden välillä. • Kahden lehden tuotekehitys, markkinointipanostukset ja vaikuttavuuden seuranta korkealla ammattimaisella tasolla tarakoittaisivat kaksinkertaista rahallista ja/tai henkilöstöpanostusta • Söisi resursseja nopeammilta, kustannustehokkaammilta ja joustavammilta viestintävälineiltä. • Päällekkäisyydet – tehdään samat jutut kahteen kertaan • Voimavarojen niukkuus näivettää molempia lehtiä • Lehdet jatkavat niin kuin ennenkin, kehittyminen pysähtyy • Pakotetta lehtien uudistumiseen ei synny • Kv-lehti voi jäädä resurssipulan takia tekemättä

2. Yksi painettu aikakauslehti: koko hallinnonalan asioita kestävä kehityksen näkökulmasta

Vahvuudet • Taloudellisesti kannattavampaa kuin kaksi lehteä • Yksi lehti tarjoaa kokonaiskuvan hallinnosta ja antaa mahdollisuudet artikkelien käsittelyyn moniulotteisesti • Asu ja rakenna –lehden ”arkistoitava” aineisto paremmin saataville verkkoon • Ympäristöjournalismi paranee • Resurssien keskittämisen tuoma tuottavuushyöty • Voidaan edelleen kehittää Ympäristö-lehteä joka on aika hyvä. • Saadaan hallinnon ääni tarvittaessa kuuluviin ja valistetaan YHAssa tärkeitä pidetyistä asioista (myös omaa henkilökuntaa) • Ympäristökasvatus tehostuu. • Paremmat leviämismahdollisuudet alueille ja myös niihin sidosryhmiin, joilla netin käyttö mahdollisuuksia ei ole • Suomessa ei toistaiseksi lehteä, jossa käsiteltäisiin ympäristöä kestävä kehityksen kannalta	Heikkoudet • Uudistus vaatii melkoisen työprosessin • Sisäinen vastustus vaikuttaa yleiseen ilmapiiriin • Ulkoisten asiakkaiden hetkellinen tyytymättömyys ennen kuin lehden linja selkiytyy • Vaikeaa ympäristöhallinnon monien kohderyhmien tavoittaminen niin, että lehti pysyy kaikkien kannalta kiinnostavana • Kustannukset • Kilpailu lehtisektorin kaupallisten toimijoiden kanssa • Asu ja rakenna –lehden erityisosaaminen esim kuntien viranomaisiin ja asunto- ja rakennusalan tahoihin päin, ei tule esiin • Yhdyskuntasuunnittelu- ja rakennusammattilaiset kokevat menettävänsä jotakin
Uhat • Riski sekatavarakaupasta kasvaa • Tilajakanta voi muuttua (nousu/lasku) • Yrityssektorin kiinnostus saattaa laskea • Mielikuva kalliista tuotteesta voi aiheuttaa keskusteluja ja kritiikkiä • Resurssien vähittäinen hiipuminen, kun lehtiä on vain yksi. • Mahdollista että uusi lehti leimautuu jomman kumman nykyisen lehden jatkajaksi. • Aihealueen laajeneminen yhdistettäessä niin laveaksi että vain ani harva on kokonaisuudesta kiinnostunut • Lehti olisi mitäänsanomattoman näköinen ja sen levikki jäisi suppeaksi; resurssointi menisi hukkaan. • Viesti katoaa, jollei lehteä ”remontoida” samalla. • Lehti ei pysty tarjoamaan oikea-aikaisesti aineistoa tiedontarvitsijalle, jos verkkopalveluiden merkitys uutisointivälineenä kasvaa ennustetusti ja syntyy tarve saada utisoivat ja taustoittavat aineistot samassa yhteydessä. • Uuden lehtikonseptin luominen ja lanseeraus syövät samoja resursseja kuin verkkopalvelunuudistus; riittävätkö rahat molempiin?	Mahdollisuudet • Mahdollisuus hyödyntää paremmin strategiseen viestintään • Verkkopalveluiden tietyt osiot vahvistuvat • Voisi mahdollistaa uudistuksessa yhden kv. lehden/vuosi. • Uuden lehden suunnittelu antaa mahdollisuuden raikastaa ympäristöhallinnon toiminnasta välittyvää kuvaa • Mahdollisuus terävöittää ja vahvistaa ympäristöhallinnon yhteisiä viestejä ja ajankohtaista sanomaa • Voi myös vahvistaa ympäristöhallinnon julkisuuskuvaa • Ymmärryksen lisääntyminen ympäristöhallinnon tehtäväkokonaisuudesta sekä hallinnon sisällä että suhteessa asiakkaisiin ja yhteistyötahoihin. • Lehden fokusta ja toimitustapaa voi uudistaa.

3. Ei yhtään painettua aikakauslehteä, muut keinot tehokkaampaan käyttöön

Vahvuudet • Painatuskulut poistuvat • Toimittajaresursseja vapautuu • Osa aineistosta löytää sopivamman/ tehokkaamman viestintäkeinoon (esim. Kiinteistölehti, Kuntalehti) • Sähköisessä versiossa voitaisiin paremmin hyödyntää yhteen kertaan luotu tietopohja • Täysin sähköinen versio on paperiton • Säästyy rahaa • YM toimii kuten opettaa • Haku- ja arkistointitoiminnot sähköisessä mediassa ylivoimaiset • Verkkopohjainen tiedonvälitys mahdollistaa nopeuden ja reaaliaikaisuuden	Heikkoudet • Lehtituotot jäävät saamatta • Aikakauslehtijulkaisemisen kokemus ja taito heikkenevät • Lehden ja verkon yhteistyö poistuu • → ajankohtaisen aineiston laatu vähenee • Menetetään mahdollisuus lukea yhdestä lähteestä hallinnon näkemyksiä • Ympäristöjournalismi heikkenee entisestään • Menetetään molemmat lehdet ja samalla kanava levittää niissä hallinnolle oleellista tietoa. • Netissä olevasta tiedosta on jo ylitarjontaa, eikä ihmisillä ole aikaa käydä lukemassa erilaisia sivustoja. • Asu ja rakenna –lehden erityisosaaminen esim. kuntien viranomaisiin ja asunto- ja rakennusalan tahoihin päin ei tule esiin • Menetetään ”sisäänheittoväline” • Ei käyntikorttia • Missä väline perusteelliselle ja pohtivalle aineistolle?
Uhat • Hallinnon näkemyksiä taustoittava ja selittävä viestintä vähenee • Päätös lopettaa voi olla helppo, mutta pohdinnat muun viestinnän toteuttamisesta kanavista jää puolitiehen. • Tiedon pirstaloituminen eri lähteisiin estää kokonaiskuvan saamista • Keskeisten sidosryhmien kadottaminen • Resurssien häviäminen • Muut viestintäkanavat eivät välttämättä välitä YHAn informaatiota toivotussa muodossa • Vaatii suuria ponnisteluja, vaarana että riittävän laajasti käyttökelpoisia kaluja ei silti pystytä kehittämään. • Menetetään ympäristö- ja asuntoasioiden keskustelufoorumi	Mahdollisuudet • Vapautuvien resurssien hyödyntäminen toisenlaiseen viestintään • Saattaisi olla vaikuttavampaa tiedonvälitystä ainakin kontaktien määrällä mitattuna kuin oman lehden tekeminen. • Voidaan ehkä paremmin ja luovemmin käyttää muita olemassa olevia viestinnän kanavia • Mahdollistaa viestinnän räätälöinnin

Liite 2. Ympäristöhallinnon julkaisutoiminnan uudistamishanke JUUDI

ERIÄVÄ MIELIPIDE aikakauslehtien nykytilaa selvittäneen työryhmän loppuraporttiin

Katsomme, ettei lehtityöryhmän enemmistön kanta ollut paras ryhmässä käsitellyistä vaihtoehtoista.

Työryhmä ei kyennyt selvittämään toimeksiannossa annettuja tehtäviä (kustannukset, lehtien merkitys eri ryhmille, lehtien suhde muihin viestinnän välineisiin, muiden maiden kokemukset), vaan päätyi ehdotukseensa kevyehkön SWOT-analyysin perusteella. Työryhmä ei mielestämme pystynyt osoittamaan, että vaihtoehtoiset välineet olisivat lehtiä tehokkaampia ja toimivampia. Näin ollen ehdotus hallinnon aikakauslehtien äkillisestä lopettamisesta ei ole riittävän perusteltu.

Tiedollinen ohjaus on keskeinen keino ympäristöhallinnon tavoitteiden toteuttamisessa. Eri viestinnän kanavia tulee hyödyntää mahdollisimman vaikuttavasti. Vaikka suunnitteilla oleva verkkouudistus on viestinnällisesti tärkeä ja verkon kautta voidaan tarjota tietoa kustannustehokkaasti, verkko ei kuitenkaan voi kokonaan korvata aikakauslehtiä viestinnän välineenä.

Median toimintaympäristössä ei ole mitään viitteitä painettujen lehtien määrän vähenemisestä, vaan päinvastoin. Aikakauslehdillä on - kuten sanomalehdillä ja kirjoilla - oma erityispiirteensä viestintävälineinä: niitä luetaan ajasta ja paikasta riippumattomina, ne tarjoavat syventäviä laajoja näkökulmia, joita lukijat eivät muuten osaisi etsiä tai kaivata. Myös kiinnostus erikoislehtiin on lisääntynyt, mikä niin ikään puoltaisi yhden ympäristöasioihin painottuneen lehden julkaisemista Suomessa.

Ympäristötoimittajien määrä ovat vähentynyt tiedotusvälineissä ja yhä useammin ympäristöjuttuja kirjoittavat yleistoimittajat. Viime vuosina keskeiset tiedotusvälineiden toimitukset ovatkin usein hyödyntäneet Ympäristö-lehteä juttujensa taustoittamisessa ja uutisoinnissa. On todennäköistä, että hallinnon kirjoittamia juttuja voitaisiin julkaista nykyistä enemmän paikallislehdissä, mutta vaikutukseltaan merkityksellisissä keskeisissä medioissa pidetään kiinni omasta journalistisesta työstä eikä ympäristöhallinnossa kirjoitettujen juttujen määrää niissä voida juurikaan lisätä.

Mielestämme aikakauslehdellä olisi tärkeä rooli myös ympäristöhallinnon tulevassa viestintäkeinojen valikoimassa erityisesti vaikuttavuuden näkökulmasta katsottuna. Ainakin Ympäristö-lehti on kohtalaisen vaikuttava: tiedotusvälineiden käytön lisäksi lehden tilaajista enemmistö työskentelee johtavassa asemassa yksityisellä ja kunnallisella sektorilla. Maksullisten tilausten määrän lisääntyminen on yksi osoitus lehden kehitystyön onnistumisesta. Myös vapaakappalepyyntöjä tulee tasaisesti.

Aikakauslehtiä tuotetaan ympäristöhallinnossa pienin kustannuksin, laatuunsa nähden erityisesti Ympäristö-lehteä. Lehtien yhteiset vuosikustannukset hallinnolle ovat palkkakustannuksia lukuun ottamatta alle 100 000 euroa.

Katsomme, että hallintomme ei ole tähän asti riittävän tehokkaasti kehittänyt julkaisemiansa aikakauslehtiä muuttuvassa median toimintaympäristössä. Mielestämme ympäristöhallinnossa tulisi olla yksi korkeatasoinen aikakauslehti, joka tarjoaisi keskustelevaa ja taustoittavaa aineistoa kestävästä kehityksestä. Tällainen lehti perustuisi soveltuvien osin Ympäristö- ja Asu ja rakenna -lehtiin. Sen kehitystyössä tulisi ottaa huomioon työnjako ja synergia muiden viestinnän kanavien kanssa.

Esa Nikunen
Osastonjohtaja
SYKE

Kirsi Norros
Viestintäjohtaja
SYKE

