



## PROJEKTISUUNNITELMA

18.8.2005



## SUOMI VERKOSSA – TIETOYHTEISKUNTAPALVELUIDEN JA -SISÄLTÖJEN KAMPANJAVIIKKO KIRJASTOISSA JA YHTEISPALVELUPISTEISSÄ

Tietoyhteiskuntaohjelman yhtenä toimenpiteenä on vuonna 2005 toteutettava viestintäkampanja, jolla edistetään kansalaisille ja muille yhteiskunnan toimijoille suunnattujen sähköisten palveluiden tunnettavuutta ja houkuttelevuutta yhteistyössä elinkeinoelämän, kuntien, alueiden, valtion viranomaisten sekä kolmannen sektorin kanssa. Viestintäkampanja sisältää useita eri elementtejä, jotka toteutetaan tietoyhteiskuntaohjelman toimiston taholta tai joiden tuottamiseen ja järjestämiseen ohjelma osallistuu työ- ja rahoituspanoksella.

Viestintäkampanjan keskeisen osan muodostaa tietoyhteiskuntapalveluiden ja –sisältöjen viikon kestävä kampanja kirjastoissa ja yhteispalvelupisteissä 7.11.-11.11.2005. Kampanjalla laajennetaan kirjastoissa vuonna 2003 toteutettua *Reittiopastusta verkkoon* -päivää. Kampanjan työnimi on *Suomi verkossa*.<sup>1</sup>

### *Tausta*

Suomalainen tietoyhteiskunta on kehittynyt vauhdilla viime vuosina. Kansalaiset ja yritykset ovat ottaneet merkittävästi käyttöön tietokoneita, muita tieto- ja viestintäteknisiä välineitä sekä tietoliikenneyhteyksiä. Samanaikaisesti sekä julkisten että yksityisten sähköisten palveluiden määrä on kasvanut huomattavasti.

Suomalaisten valmiudet hyödyntää tietoyhteiskunnan palveluita ovat pääsääntöisesti hyvät. Uudet viestintätekniset välineet omaksutaan nopeasti, palveluita käytetään melko laajasti ja palveluihin ja sähköiseen asiointiin luotetaan. Kyselyt ovatkin osoittaneet, että tietoyhteiskuntakehityksen kelkassa kokee olevansa yhä useampi suomalainen.

Vaikka tilanne on kohtuullisen hyvä tietoyhteiskunnan niin sanotun infrastruktuurin ja myös kansalaisten ja muiden yhteiskunnan toimijoiden valmiuksien kohdalla, on tietoyhteiskunnan palveluiden<sup>2</sup> arkipäiväistymisessä vielä tehtävää. Toisaalta tämä

---

<sup>1</sup> Tietoa kampanjaan sisältyvistä muista elementeistä löytyy viestintäkampanjan ideapaperista:

[http://www.tietoyhteiskuntaohjelma.fi/osa-alueet/kansalaisten\\_valmiudet/fi\\_FI/1114515066504/](http://www.tietoyhteiskuntaohjelma.fi/osa-alueet/kansalaisten_valmiudet/fi_FI/1114515066504/)

<sup>2</sup> Tietoyhteiskuntapalveluilla tarkoitetaan sekä julkisyhteisöjen (valtio, kunnat jne.) että yritysten ja muiden yhteisöjen tarjoamia palveluita, joita tarjotaan verkossa tai muiden tieto- ja viestintäteknisten välineiden kautta. Palve-



vaatii panostamista palveluiden helppokäyttöisyyteen, löydettävyyteen ja esteettömyyteen, ja toisaalta myös aktiivista tiedottamista palveluiden olemassaolosta, niiden mahdollisuuksista ja eduista.

### *Kirjastot ja kansalaisten tietoyhteiskuntavalmiudet*

Kansalaisten tietoyhteiskuntavalmiuksien kehittymisen kannalta kirjastoilla on keskeinen rooli. Kirjastot ovat olleet koulujen ohella perinteisesti keskeisessä asemassa huolehdittaessa kansalaisten tasavertaisesta tiedonsaannista ja tietohuollosta. Myös kirjastojen käyttäjämäärät ovat olleet voimakkaassa kasvussa<sup>3</sup>.

Teknistyvässä yhteiskunnassa kirjastoilla nähdään edelleen olevan keskeinen rooli kansalaisten tietohuollon edistämisessä. Kirjastot tarjoavat muun muassa asiakaspäätteiden avulla pääsyn tietoverkkojen sekä erilaisten tietokantojen ja sähköisten aineistojen äärelle. Kirjastot tarjoavat lisäksi opastusta ja neuvontaa sähköisten palveluiden käytössä.

Suomen kirjastoissa asiakaspäätteitä on noin 3 600 kappaletta. Päätteet ovat kovassa käytössä, ja Internetin käyttäjistä 25 prosenttia on käyttänyt internetiä juuri kirjastoissa. Päätteitä käytetään muun muassa tiedonhakuun internetistä, kirjastojen tietokantojen selailuun, sähköpostin lukemiseen, sähköiseen viranomaisasiointiin sekä työnhakuun. Maksuttomilla asiakaspäätteillä on suuri merkitys, kun halutaan varmistaa ihmisten tasavertainen pääsy tietoverkkojen äärelle eri puolella Suomea.

Kirjastoverkon etuna on sen maantieteellinen ja sosiaalinen kattavuus. Pääsääntöisesti kirjastot tavoittavat ihmiset ikään, sukupuoleen ja alueelliseen sijaintiin katsomatta. Tietoyhteiskuntapalveluista ja –sisällöistä viestimiseen kirjastot soveltuvatkin hyvin.

### *Kampanjan sanoma*

Suomi verkossa –kampanjan sanoma on:

Tietoyhteiskunta on arkipäivää. Sähköiset palvelut, tietokoneet, kännykät ja internet helpottavat ihmisten elämää ja auttavat ylläpitämään hyvinvointia ja palveluita Suomessa.

Sanomaa hyödynnetään kampanjan viestinnässä ja tiedottamisessa.

### *Tavoitteet*

---

lut ymmärretään laajasti käsittäen sekä tiedonvälitykseen perustuvat palvelut että vuorovaikutteiset asiointipalvelut.

<sup>3</sup> Vuonna 2004 kirjastoissa kävi asiakkaita 66 miljoonaa kappaletta, ja 41 miljoonaa kertaa asiointiin puolestaan kirjastojen verkkosivuilla.



- Kampanjaviikon tavoitteena on lisätä sähköisten palveluiden (sekä julkiset että yksityiset) tietoisuutta, tunnettavuutta ja käyttöä
- Kampanjan tulisi lisätä kansalaisten ja muiden yhteiskunnan toimijoiden valmiuksia hakea tietoa tietoverkkojen avulla
- Kampanjan tulisi lisätä kansalaisten ja yhteiskunnan muiden toimijoiden tietoa tietoyhteiskuntakehityksestä sekä vaikuttaa tietoyhteiskuntaan ja sen palveluihin liittyvien pelkojen vähentymiseen
- Kampanjan tulisi edistää kansalaisten tietoyhteiskuntaosaamista ja – valmiuksia

### *Kohderyhmä*

Kampanjaviikolla pyritään edistämään kampanjan tavoitteita kaikissa ikä- ja sosiaaliryhmissä alueellisesti kattavasti. Eryityskohderyhminä kampanjassa ovat kuitenkin työikäinen väestö ja ikäänntyneet. Näillä erityiskohderyhmillä on suurin tarve saada tietoa tietoyhteiskunnan palveluista ja näihin kohderyhmiin kirjasto soveltuu hyvin.

### *Kampanjaviikon sisältö*

Kampanjaviikko koostuu seuraavista osioista:

*Osio 1:* Kirjasto- ja yhteispalvelupisteiden henkilökunnan kouluttaminen opastamaan sähköisiä palveluita käyttöä.

Kirjastohenkilökunnan koulutus, syyskuu - marraskuu 2005. Henkilökunnan koulutus toteutetaan lääninhallitusten koordinoimana. Koulutusmateriaalin tuottamisesta ja koulutushenkilökunnan järjestämisestä vastaavat Helsingin kaupungin [Kohtaamispaikka@Lasipalatsi](mailto:Kohtaamispaikka@Lasipalatsi) -hanke, Suomi.fi:n -toimitus ja tietoyhteiskuntaohjelman toimisto. Koulutusmateriaalin tuottamiseen osallistuvat myös kampanjan mukaan lähteneet yhteistyökumppanit.

Yhden päivän kestävä koulutus koostuu seuraavista osioista:

1. Sähköinen asiointi julkishallinnossa
2. Muu sähköinen asiointi
3. Mediakriittisyys

Koulutusta varten tuotetaan koulutus- ja opastusmateriaalipaketti, joka toimitetaan kaikkiin Suomen kirjastoihin ja yhteispalvelupisteisiin.

Koulutukseen sisällytetään myös tietoisuus marraskuun viestintäkampanjasta. Koulutushenkilökunnan koko on 2-3 henkilöä.



Ruotsinkielisiä koulutuksia järjestetään Vaasassa ja Helsingissä. Myös koulutus- ja opastusmateriaali toimitetaan suomeksi ja ruotsiksi.

Henkilökunnan koulutuspaikat ovat liitteenä (liite 1).

*Osio II:* Kampanjaviikon aikana kansalaisilla on mahdollisuus saada tehostetusti apua sähköisten palveluiden käyttöön kirjastoissa ja yhteispalvelupisteissä.

Kampanjaviikon aikana henkilökunta opastaa tehostetusti sähköisten palveluiden ja sisältöjen sekä laitteiden käyttöön yhdessä paikallisten toimijoiden, kuten vapaaehtoisjärjestöjen ja oppilaitosten sekä palveluita tuottavien organisaatioiden, kanssa.

Opastamisen lähtökohtana on, että kansalaiset saavat tulla kirjastoon kysymään omista ongelmistaan liittyen tietoyhteiskuntapalveluihin käyttöön.

Kampanjassa painotetaan erityisesti seuraavia palveluita ja sisältöjä:

- Julkiset niin sanotut sähköiset massapalvelut (esimerkiksi Verohallinnon, Kelan ja työvoimahallinnon palvelut)
- Yksityisen puolen palvelut, kuten pankkipalvelut ja matka- ja pääsylippujen varaus
- Kolmannen sektorin verkkopalvelut

Kampanjaviikon aikana kirjastoissa ja yhteispalvelupisteissä tiedotetaan lisäksi paikallisesti ja alueellisesti käynnissä olevista tieto- ja viestintätekniikan opetukseen liittyvistä kursseista.

Koko kampanjan onnistumisen kannalta on tärkeää, että alueellisesti kirjastoihin ja yhteispalvelupisteisiin saadaan kirjastohenkilökunnan tueksi opastajia ja tukiverkostoja oppilaitoksista ja yhdistyksistä. Näiden kartoitus tapahtuu syksyn 2005 aikana.

Kampanjaan mukaan lähteneille yhteistyökumppaneille tiedotetaan kampanjaan osallistuvasta kirjasto- ja yhteispalveluverkostosta, jolloin he voivat ottaa suoraan yhteyttä paikalliseen kirjastoon tai yhteispalvelupisteeseen mahdollisen opastamistuen tiimoilta. Myös pankeissa, verottajan toimipisteissä tai vaikkapa Kelan paikallistoimistoissa tehostettu sähköisten palveluiden opastaminen on suotavaa kampanjaviikon aikana.

Syksyllä 2005 selvitetään myös kyläyhdistysten mahdollinen lähteminen mukaan kampanjaan.

*Osio III:* Kampanjaviikon aikana maakuntakirjastoissa järjestetään tietoyhteiskuntapalveluiden kiertue (Roadshow), joka sisältää yleisöluentoja, tietoiskuja paikallisista tietoyhteiskuntapalveluista jne.



Tietoyhteiskuntapalveluiden kiertueessa hyödynnetään kampanjaan mukaan lähteneiden yhteistyötahojen sisältöjä, palveluita ja henkilötyötä. Suurimmissa aluekeskuksissa järjestettävät tilaisuudet voidaan myös kohdentaa tietyille väestöryhmille tai erityisryhmille.

Roadshown ensimmäisen elementin voisi muodostaa maakuntakirjastoissa pienyrittäjille järjestettävät sähköisten palveluiden ja sähköisen liiketoiminnan teematilaisuudet.

Toinen elementti voisi olla kansalaisille järjestettävät digitv-infotilaisuudet, joissa kansalaisille kerrottaisiin digitaaliseen televisiotoimintaan siirtymisestä.

#### *Kirjasto- ja yhteispalvelupiste verkoston kartoittaminen*

Kampanjaviikon onnistumisen kannalta on tärkeää kirjasto- ja yhteispalvelupisteverkon mahdollisimman aikainen kartoittaminen mukaan kampanjaan. Mukaan lähtevät kirjastot ja yhteispalvelupisteet kartoitetaan kesäkuussa lähetettävällä kirjeellä.

#### *Muut kampanjaviikossa hyödynnettävät elementit*

Viestintäkampanjan tarkoituksena on myös luoda jotain pysyvää. Pysyvä elementti Suomi verkossa kampanjassa on kirjastojen ja yhteispalvelupisteiden henkilökunnan koulutus opastamaan tietoyhteiskunnan palveluita sekä opastusmateriaali.

Pysyvään tulokseen voisi tähdätä myös yhteistyökumppanien panos kampanjaan, jotka voisivat tarjota muun muassa hankkimaan kirjastoihin ja yhteispalvelupisteisiin HST-kortinlukijoita tai asiakaspäätteitä. Yhteistyökumppanit voisivat hyödyntää kirjastoille kohdistuvia lahjoituksia omassa tiedotuksessaan.

#### *Viestintä ja tiedotus*

Kampanjaviikkoa markkinoidaan aktiivisesti ennen sen alkua ja sen aikana tiedottamisella ja mediaviestinnällä. Viestinnässä hyödynnetään seuraavia kanavia:

- Televisiospotit YLE:n ja MTV:n kanavilla
- Lehtimainonta (pää- ja paikallislehdet)
- Yhteistyökumppanien tiedotuskanavat (lehdet ja verkkosivut sekä sidosryhmät)
- Normaali tiedottamistoiminta
- Digitekstitelivision päivittäin vaihtuva teemasivusto tietoyhteiskunnasta (optio)
- Radiomainonta (optio)



Viestintämateriaalin tuottamista varten kesällä 2005 kilpailutetaan mainostoimistot. Kilpailutus sisältää: televisiospottien suunnittelun ja toteutuksen, lehtimainoksen suunnittelun ja muun tiedotusmateriaalin ulkoasun tuottaminen (esim. verkkobannerit).

Viestintä- ja tiedotusmateriaalin tuottamisessa huomioidaan sekä suomen- että ruotsinkieliset.

Liitteenä on tarkempi suunnitelma kampanjan viestinnästä ja tiedottamisesta. (liite 3)

### *Organisointi*

Suomi verkossa –kampanjan projektiryhmä koostuu tietoyhteiskuntaohjelman toimiston, Suomen kirjastoseuran, opetusministeriön, valtiovarainministeriön, kansalaisten tietoyhteiskuntavalmiuksien kehittämisjaoston, Lasipalatsin sekä mukana olevien muiden tahojen edustajista. Ryhmän kokoonpano on avoin ja sitä täydennetään tarvittaessa yhteistyökumppanien edustajista. Projektiryhmän vastaa projektin käytännön työn koordinoinnista.

Kampanjan toteuttamista varten järjestetään säännöllisesti kaikille yhteistyötahoille avoimia työpajatilaisuuksia, joissa seurataan kampanjan etenemistä ja suunnitellaan sen sisältöjä. Ensimmäinen työpaja järjestetään kesäkuun 7. päivänä.

Suomi verkossa –kampanjan johtoryhmänä toimii tietoyhteiskuntaohjelman ministeriryhmä. Käytännössä ministeriryhmälle informoidaan säännöllisesti kampanjan etenemisestä, ja ryhmän kommenttien avulla kampanjaa suunnataan. Ministeriryhmälle esitetään valmis projektisuunnitelma ja suunnitelma ennakkomarkkinoinnin toteuttamisesta ryhmän elokuun kokouksessa.

Projektiryhmän ja yhteistyökumppanien käyttöön saadaan syksyllä 2005 tietoyhteiskuntaohjelman organisaatioiden käyttöönottama työryhmäohjelmisto, jonka avulla voidaan ylläpitää tietokantaa tärkeimmistä asiakirjoista, järjestää keskusteluja ja äänestyksiä.

### *Yhteistyötahot ja niiden rooli*

Viestintäkampanjaan on ilmoittautunut yhteistyötahoja noin 40. Yhteistyökumppaneiksi kampanjaan ilmoittautui runsaasti yrityksiä, ministeriöitä, virastoja, kaupunkia, alueita ja järjestöjä. (liitteenä yhteistyötahot, liite 2)

Yhteistyökumppanien edellytetään tiedottavan kampanjastaan omille sidosryhmilleen ja omissa viestimissään (esim. yritys- ja jäsenlehdet, verkkosivut jne.).



Jokaisen osallistuvan kohdalla osallistumisen aste ja budjetti täsmennetään kesän aikana. Lisäksi työpajatilaisuuteen tulevilta vaaditaan alustava käsitys omasta osallistumisestaan ja panoksestaan kampanjaan.

Yhteistyötahojen kampanjaan kohdistama rahoitus pyritään kohdistamaan yksilöityihin kohteisiin, kuten laitteistohankintoihin ja kirjastohenkilökunnan koulutukseen. Tämä edistää yhteistyökumppanien omaa tiedottamista kampanjasta ja siihen osallistumisesta.

### *Resurssit ja budjetti*

Suomi verkossa -kampanjaan on tietoyhteiskuntaohjelmalta varattu rahoitusta ja henkilötyötä. Rahoitusta kampanjaan on varattu 145 000 euroa. Rahoitus kohdennetaan valtakunnallisen viestinnän toteuttamiseen sekä henkilökunnan koulutuksen järjestämiseen ja koulutusmateriaalin valmisteluun.

Budjetti täsmentyy viestintämateriaalin kustannusten selvittyä elokuussa 2005.

Projektipäällikkönä kampanjassa toimii suunnittelija Ville-Veikko Ahonen tietoyhteiskuntaohjelman toimistosta. Ohjelman toimistosta kampanjan toteuttamiseen osallistuvat henkilötyönään myös suunnittelija Päivi Mutanen-Pirttilä ja tietoyhteiskuntaohjelman toimiston harjoittelija.

### *Seuranta*

Henkilökunnan toivotaan seuraavan kampanjaan osallistuvien asiakkaiden määrää kirjastoissa ja yhteispalvelupisteissä.

Tietoyhteiskuntaohjelman sivustolle tehdään kampanjaviikkoa varten palautelomake, jolla kansalaiset voivat antaa palautetta kampanjasta.

Kampanjan näkyvyyttä lehdissä seurataan tietoyhteiskuntaohjelman lehdistöseurannalla kampanjan aikana ja sen jälkeen. Joulukuun alussa lehdistöseurannasta tehdään erillinen kooste kampanjan näkyvyydestä medioissa.

### *Suomi verkossa -kampanjan aikataulu*

Huhti-/toukokuu

- Kysely yhteistyötahoille ja projektiryhmän perustaminen
- Alustavan projektisuunnitelman tuottaminen
- Viestintäkampanjan idean käsittely ministeriryhmässä
- Projektiryhmän ensimmäinen kokous

Kesä 2005



- Työpajatilaisuus 7.6.2005
- Kirjastoverkon kartoittaminen
- Suunnitelman täsmentyminen ja ennakkomarkkinoinnin suunnittelu
- Tarjouspyyntö ennakkomarkkinoinnista

#### Elokuu

- Projektisuunnitelman hyväksyminen ministeriryhmässä
- Opastus- ja koulutusmateriaalin laatiminen
- Viestintämateriaalin tarjouskilpailu päättyy

#### Syyskuu

- Kirjastojen ja yhteispalvelupisteiden henkilökunnan koulutus alkaa (7.9.)
- Viestintämateriaalista sopiminen ja tuottaminen

#### Lokakuu

- Ennakkomarkkinoinnin käynnistäminen
- Kirjastojen ja yhteispalvelupisteiden henkilökunnan koulutus jatkuu
- Toinen työpajatilaisuus (lopullinen tilannekatsaus työn etenemisestä)

#### Marraskuu

- Kirjastojen ja yhteispalvelupisteiden henkilökunnan koulutus jatkuu
- Kampanjaviikko kirjastoissa ja yhteispalvelupisteissä (7.11.2005 – 11.11.2005).
- Palautteen kerääminen ja kampanjan seuranta

#### LIITE

Henkilökunnan koulutuspaikkakunnat ja ajankohdat (liite 1)  
Kampanjan yhteistyökumppanit (liite 2)  
Suunnitelma kampanjan viestinnästä ja tiedottamisesta (liite 3)



Liite 1: Suomi verkossa -kampanjan koulutuspäivät

ke 7.9.	Espoo
to 8.9.	Porvoo
ke 14.9	Helsinki
to 15.9	Hämeenlinna
pe 16.9	Turku
ti 20.9.	Seinäjoki
ke 21.9.	Oulu
to 22.9.	Kajaani
ti 27.9.	Lappeenranta
ke 28.9.	Kouvola
to 29.9.	Lahti
pe 30.9.	Helsinki (ruotsi)
ti 4.10.	Pori
ke 5.10.	Vaasa
to 6.10.	Kokkola
? .10.	Vaasa (ruotsi)
pe 14.10.	Jyväskylä
pe 28.10.	Tampere
ti 1.11.	Mikkeli
ke 2.11.	Kuopio
to 3.11.	Joensuu



Liite 2 Kampanjan yhteistyökumppanit

Yleisradio  
MTV  
Suomen Kirjastoseura  
Elisa Oyj  
TeliaSonera Oyj  
Osuuspankki  
Nordea  
Tapiola  
Opetusministeriö  
Sisäasiainministeriö  
Valtiovarainministeriö  
Pohjois-Karjalan maakuntaliitto  
Keski-Pohjanmaan maakuntaliitto  
TietoEnator Oyj  
Stakes  
Verohallitus  
Tekes  
Väestörekisterikeskus  
Kela  
Suomen Posti  
Tietosuojavaltuutetun toimisto  
Suomi.fi:n toimitus  
Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus, TIEKE  
Tietotekniikan liitto  
FiCom  
Suomen Yrittäjät  
Erilaisten oppijoiden liitto  
Enter ry  
Ikäihmiset ja tietoyhteiskunta –projekti  
A-klinikkasäätiö  
Työväen Sivistysliitto TSL  
Viestintävirasto