

# PLANENLIGT OCH AKTIVT

## Riktlinjer för utrikesförvaltningens kommunikation



# FÖRORD



Det främsta syftet med denna kommunikationsstrategi för utrikesförvaltningen är att höja kommunikationsberedskapen. Här ingår tre centrala projekt: att ändra sättet att tänka på kommunikation, att arrangera omfattande utbildning för att modernisera kommunikations- och påverkansmetoderna och att ta i bruk enkla sätt att presentera och dela information.

Det är en nödvändighet att höja kommunikationsberedskapen på bred front för att utrikesförvaltningen ska anpassa sig till den omvälvning som de digitala metoderna att använda och dela information orsakat. En viktig del av denna omvälvning är hur principerna för kommunikation övergått från en hierarkisk mediestruktur till en processartad diskussion och nätverkstänkande.

Det är också mycket viktigt att utveckla utrikesförvaltningens sätt att berätta om sina strävanden och sitt arbete för Finland och finländarna. Strategins idé om att utforma nyckelbudskap och ordna utbildning i att uppträda hjälper utrikesförvaltningens personal att effektivisera arbetet inom sitt eget specialområde.

Målet är att dessa kommunikationsfärdigheter på lång sikt ska ingå i varje anställds baskompetens och att alla ska ha tillgång till de moderna verktyg de behöver för att kommunicera. På detta sätt ska all den kunskap som finns inom utrikesförvaltningen mobiliseras i diskussionen om de teman som är viktiga för utrikesförvaltningen. Kommunikationsavdelningen koncentrerar sig hädanefter på att i samarbete med utrikesministeriets avdelningar och tjänster, med beskickningarna och ministeriets ledning genomföra de förändringar och riktlinjer som fastställs i strategin.

# 1. UTGÅNGSPUNKTER



Utrikesförvaltningens anseende uppstår ur vad vi gör. Anseendet är en summa av våra handlingar. Utgångspunkten är att vi gör saker rätt. Våra handlingar och att vi berättar om dem avgör vilket slag av förhållande utrikesministeriet har till medborgarna och andra målgrupper.

Framgångsrika organisationer har ofta en identitet som bygger på starka interna berättelser. Kärnan i utrikesförvaltningens kommunikation är idén om att vi arbetar "för Finland och finländarna".

Arbetets meningsfullhet skapar ett sug som för hela organisationen vidare. En expertorganisation som utrikesministeriet blir framgångsrik när arbetet har en tydlig riktning och ett mål. Brist på en gemensam riktning leder till ineffektiv och motsägelsefull kommunikation och arbetet splittras till en separat kommunikationsfunktion.

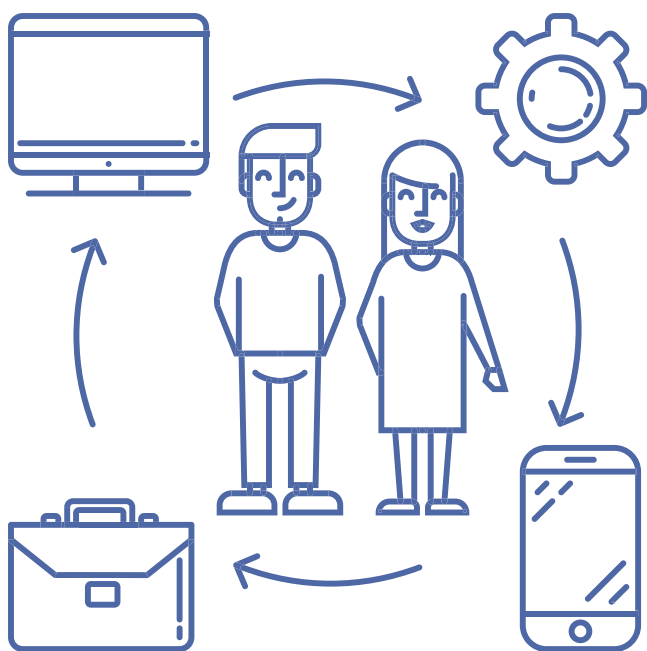
För att vi ska kunna göra rätt saker måste vi följa med vad som händer utanför vår organisation. Vi måste också vilja och kunna ifrågasätta våra egna arbetssätt. I stället för stora reformprojekt som framskrider i ryck ska vi hela tiden fråga oss själva om vi gör rätt saker och hur vi kunde göra det vi gör lite bättre. Det innebär inte ändlöst planeringsarbete.

De som sköter ministeriets kommunikation måste känna till ledningens målsättningar och ministeriets viktigaste projekt i ett så tidigt skede som möjligt — förutsägbarhet och framförhållning ökar kommunikationens effektivitet och inflytande. Samarbetet med ministeriets politiska ledning, tjänstemannaledning och avdelningarnas ledning måste fungera. Det finns ingen "kommunikationsavdelningens kommunikation", bara utrikesförvaltningens kommunikation.

Vår stil är planmässig, aktiv och ihärdig. De innehållsmässiga huvudlinjerna måste vara enkla att hitta på utrikesministeriets plattformar och huvudlinjerna ska upprepas outtröttligt. Diskussionen i sociala medier ska stödja dessa riktlinjer.

I ett demokratiskt samhälle ska den som är i behov av information kunna få tag på informationen så nära det verkliga beslutsfattandet som det är ändamålsenligt. Av den orsaken har utrikesministeriet spridit ut kommunikationsansvaret istället för att ha en utsedd "spokesperson".

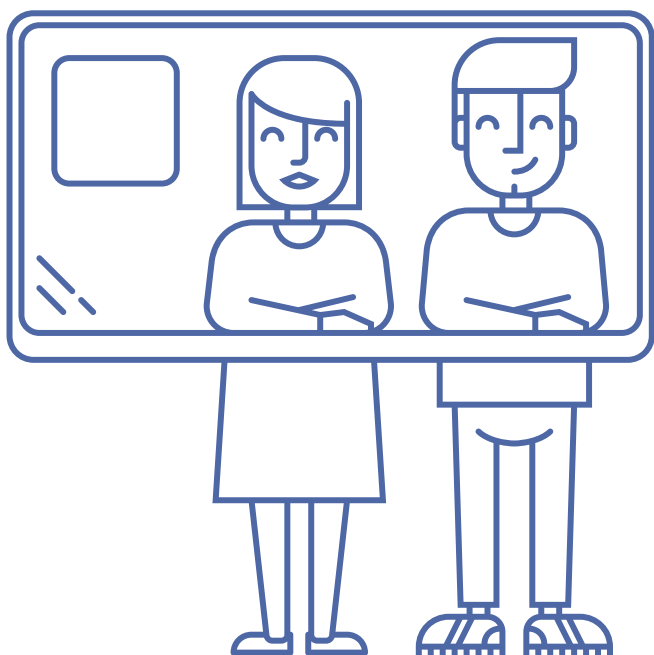
## 2. KRISKOMMUNIKATION OCH INTERN KOMMUNIKATION



Pålitlig och empatisk kriskommunikation i rätt tid signalerar åt medborgarna att deras angelägenheter är i trygga händer. Både den interna och den externa kommunikationen är en central del av hanteringen av krissituationer. Basen för fungerande förfaranden skapas under normala förhållanden. I situationer som kräver intensifierad kommunikation ska det gå att använda olika metoder och kanaler snabbt och flexibelt.

Den interna kommunikationens uppgifter är att klargöra verksamhetens mål för de anställda och att förmedla relevant information med tanke på målen så att den är lättillgänglig och stöder det praktiska arbetet. Effektiv intern och extern kommunikation gör det möjligt att överbygga organisatoriska silor och bygga upp en kultur av information som stöder arbetet. För att den interna kommunikationen ska vara framgångrik förutsätter det att de anställda också utnyttjar den information som erbjuds. Betydelsen av intern kommunikation framhävs alltid när en organisation genomgår stora förändringar.

### 3. FINLANDSBILDEN OCH INFORMATIONSPÅVERKAN



Den allmänna bilden av Finland är enligt flera mätare positiv. Syftet med främjandet av Finlandsbilden är att stärka Finlands anseende som ett nordiskt och demokratiskt samhälle som baserar sig på EU:s gemensamma värderingar. Främjandet av Finlandsbilden leder till att både individer, företag och statliga aktörer väljer Finland i olika sammanhang. Finlands externa ekonomiska relationer främjas genom att utrikesministeriets tjänster för företag och Team Finland-målen förs fram.

Finlandsbilden och olika snabbt övergående kriser i landets anseende utomland ska inte förväxlas med varandra. Finlandsbilden växer med tiden. Den är en sammanfattning av berättelsen om Finland. De snabba anseendekriserna påverkas genom planmässig aktualitetskommunikation.

Finlands ställning stärks genom att Finland agerar stilfullt i utrikes- och säkerhetspolitiken och kommunicerar stilfullt om sitt arbete. Finlands ställning kan ifrågasättas genom så kallad hybrid- eller informationspåverkan. Detta ökar behovet av att framföra Finlands utrikespolitiska ståndpunkter och Finlands egen berättelse både inom och utanför landets gränser. De bästa sätten att bemöta informationspåverkan är samarbete mellan myndigheter, medborgare med god allmänbildning och mediekompetens samt medier som förbundit sig till att följa god journalistisk sed. Vi måste ingripa snabbt när vilseledande budskap sprids tendensiöst.

## 4. KOMMUNIKATIONENS PRINCIPER

Principerna för statsförvaltningens kommunikation grundar sig på yttrandefriheten, rätten att delta och påverka, rättsskydd, rätten till eget språk och kultur och på de grundläggande rättigheter som rör undervisning och bildning. Det är en central grundläggande rättighet att få information om myndigheternas offentliga beslut och beredningen av dem.

Digitaliseringen av samhället har bara inletts. Det höga kommunikationstempot och den konfidentialitet som är en väsentlig del av utrikesministeriets arbete är svåra kombinera. Balansen mellan öppen och fri kommunikation och kontroll kräver ständiga avväganden. Det är viktigt att förstå vad utrikesförvaltningen strävar efter. Om värderingarna och identiteten styrs av våra handlingar, är en mångfald av röster inte ett problem. Trots mångfalden av röster vill utrikesförvaltningen vara en tydlig och pålitlig myndighet. I kommunikationen måste det också finnas utrymme för synsätt som avviker från utrikesförvaltningens linje.

Det räcker inte att informationen är tillgänglig. Den måste föras fram i sådana debatter och diskussioner som är relevanta för utrikesförvaltningen. I och med att de sociala medierna utvecklas är debatterna om utrikesministeriets förvaltningsområde ofta globala. Utrikesförvaltningen ska i praktiken ha beredskap att delta i diskussioner var som helst i världen om de rör Finlands intressen. Vikten av snabb kommunikation växer också i kontakten till medborgarna.

Det sätt som vi berättar om saker och ting på ger utrikesförvaltningen dess röst. Om utrikesförvaltningens egna anställda berättar om vad de verkligen gör och arbetar med är det betydligt effektivare än betald reklam. Experter måste kunna dela med sig effektivt av sin sakkunskap, påverka i olika nätverk och uttala sig i offentligheten. Innehåll skapas i nära samarbete mellan avdelningar, tjänster, beskickningar och kanslier.

Utrikesförvaltningen värnar om sin förmåga att kommunicera genom att utbilda sin personal och genom nära samarbete med andra aktörer. Utomstående kommunikationstjänster kan användas när det krävs sådan expertis som behövs mer sällan eller när organisationens egna resurser inte räcker till.

Politisk kommunikation och myndighetskommunikation bildar en helhet där båda har sin välmotiverade plats. Den politiska kommunikationen stöder den offentliga debatten som är oumbärlig för en demokratisk opinionsbildning. Myndighetskommunikationen tryggar medborgarnas och andra intressegruppers rätt att få information om beslut och om ärenden som är under beredning.

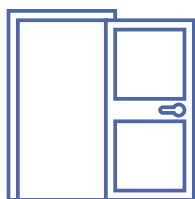
Ministrarnas medarbetare och ministeriets kommunikation sköter tillsammans ministrarnas medierelationer och övriga kommunikation. En betydande del av ministeriets budskap förmedlas genom ministrarnas möten, besök, tal och artiklar och dessa ska utnyttjas i kommunikationen. Det ingår i kommunikationens uppgifter att bistå ministern och hans stab i att planera och genomföra kommunikationen. Ministerns partipolitiska ställningstaganden, uttalanden och tal hör inte till ministeriets ansvar. All kommunikation som rör politiska val hör till de politiska partierna.

## 5. VÄRDERINGAR SOM STYR KOMMUNIKATIONEN

En fungerande kommunikation är ett väsentligt element i god förvaltning. I rekommendationen om statsförvaltningens kommunikation nämns följande värden som styr kommunikationen: öppenhet, tillförlitlighet, objektivitet, begriplighet, interaktion och serviceanda.

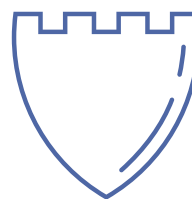
De allmänna principerna för utrikesförvaltningens arbete är samarbete, kreativitet och resultat.

### ÖPPENHET



Öppenhet innebär bland annat att medborgarna har en rätt att få information om myndigheternas offentliga beslut och beredningen av dem. Utrikesförvaltningen berättar på eget initiativ om sin verksamhet.

### TILLFÖRLITLIGHET



Tillförlitlighet kräver att de uppgifter som lämnas är korrekta, tydliga och tillräckliga samt att de ges av en behörig myndighet.

### OBJEKTIVITET



Objektivitet är väsentligt för att medborgare, organisationer och företag ska få tillräckligt med information som bas för sina egna beslut. Myndigheterna måste tåla kritisk debatt och delta i den.

### INTERAKTION



Interaktion betyder tvåvägskommunikation och serviceanda. Idén är att skapa debatt och verksamhet, inte bara informera.

## SAMARBETE



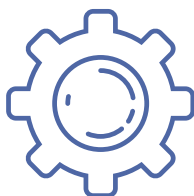
Samarbete i kommunikationen innebär till exempel samarbete mellan ministeriets avdelningar och tjänster. Kommunikationsavdelningen stöder utrikesförvaltningen genom att skapa praktiska metoder att kommunicera och genom att hjälpa till att slipa budskapen. Samarbete med partner och intressegrupper stärker vårt budskap, ökar tillgängligheten och lockar nya deltagare i den utrikes- och säkerhetspolitiska debatten.

## KREATIVITET



Kreativitet betyder att det är tillåtet att prova nya saker. Kreativitet som värdering gör det också tillåtet för ett projekt att misslyckas. Det är kommunikationsavdelningens uppgift att skapa nya verktyg och metoder för att utrikesförvaltningens kommunikation ska effektiviseras.

## RESULTATEN



Resultaten av kommunikationen kan bland annat mätas i hur utrikesministeriets offentliga bild utvecklas och hur synligheten ökar. Resultatet kan också granskas med tanke på hur väl de mål som fastställts i utrikesförvaltningens verksamhets- och ekonomiplan (och kommunikationsplan) har uppnåtts. Finlandsbilden uppföljs långsiktigt med hjälp av internationella undersökningar och jämförelser och genom beskickningarnas egna rapporter om Finland i utländska medier.



# BILAGOR

Utrikesförvaltningens strategiska prioriteter

Utrikesförvaltningens verksamhets- och ekonomiplan 2016–2019 (på finska)

Futures for Diplomacy: Integrative Diplomacy for the 21st Century

Diplomacy in the Digital Age

Kommunikationsavdelningens arbetsordning (på finska)

Kommunikationsavdelningens servicelöfte till utrikesministeriets avdelningar (på finska)

Kommunikationsavdelningens servicelöfte till beskickningarna (på finska)

Handbok för Finlandsfrämjandet (på finska)

Finland Promotion Board temakalender

Rekommendationen om statsförvaltningens kommunikation

Statsförvaltningens kommunikation i störningssituationer och under undantagsförhållanden

Lagen om offentlighet i myndigheternas verksamhet

Språklagen

Förvaltningslagen

UTRIKESMINISTERIET

Sjöekipaget  
Maringatan 22 A  
PL 176, 00161 Helsingfors  
Tel 09 160 05  
Telefax 09 629 840  
[www.formin.fi](http://www.formin.fi)