



Arkiverkets kommunikationsstrategi 2015

Arkivverkets kommunikationsstrategi 2015

Arkivverket är den viktigaste nationella expertorganisationen inom hanteringen av livscykeln för information av handlingskaraktär, men är också en del av forskningsinfrastrukturen och en viktig tillhandahållare av informationsservice som i sin verksamhet beaktar den tilltagande internationaliseringen.

Principer

Kommunikationen grundar sig på ovannämnda arkivverkets vision samt värden, enligt vilka *öppen* kommunikation främjar transparens i verksamheten och beslutsfattandet. Kommunikationen grundar sig på *förtroende*. Arkivverkets informationsförmedling är *objektiv* och beaktar geografiska och språkliga synpunkter. Informationsförmedlingen är *oberoende*, och ärenden på arkivverkets ansvar förmedlas sanningsenligt och opartiskt.

Till kommunikationens principer hör dessutom aktivitet, mångsidighet, interaktivitet och rätt tajming. Kommunikationen är också planläggande och dess effektivitet mäts och värderas.

Kommunikationen på arkivverket är allas gemensamma sak. Varje arbetstagare på arkivverket – och särskilt ledningen – har ansvar för kommunikationen.

Kommunikationen följer statsstyrelsens kommunikationsstadgar, -direktiv och -bestämmelser.

Uppgifter

Framgångsrik kommunikation stöder grundfunktionerna och kundbetjäningens verksamhet, tjänar arkivverkets ledning, förbättrar verksamhetens interna koordinering, stöder uppnåendet av strategiska mål samt ökar allmänhetens kännedom om arkivverket. Informering ingår i arkivverkets alla verksamhetsprocesser.

Välfungerande informationsfördelning når målgrupperna. Den externa kommunikationen ger olika intressegrupper tillräcklig och sanningsenlig information om arkivverkets verksamhet. Den interna kommunikationen försäkrar att personalen har för sitt arbete väsentlig information.

Aktiv kommunikation lägger fram centrala saker redan i förberedningsskedet. Kommunikationen erbjuder möjlighet till deltagande för arkivverkets intressegrupper.

Målsättningar

Kommunikationen strävar efter att

- Öka arkivverkets anseende som den mest betydande specialistorganisationen inom sitt område.
- Göra arkivverket känt som viktig informationsserviceorganisation.
- Marknadsföra arkivverkets tjänster.
- Engagera personalen med sina mål, stöda verkets gemenskaplighet och enhetliga förfaringsätt.
- Stärka arkivverkets anseende som arbetsgivare.

Instrument

Inom kommunikationen utnyttjas mångsidigt olika medel, huvudsakligen internet. Andra kommunikationsmedel är meddelanden, kundtidningen Akti, presskonferenser och utgåvor. Även sociala medier utnyttjas.

Intressegrupper

Arkivverkets intressegrupper är forskare, studerande, historieintresserade, medborgarna, statsförvaltningen, förvaltare av privatarkiv, medierna och personalen.

Nyckelbudskap

Arkivverkets mest centrala strategiska mål är uttryckta i arkivverkets nyckelbudskap.

Nyckelbudskapen är:

- Arkivverket försäkrar bevarandet av kulturarvet i dokumentform.
- Arkivverket förvaltar hela livscykeln av pappers- och elektroniska dokument.
- Kunder har lätt att hitta och komma åt önskade dokument.
- Arkivverket är en central infrastruktur för humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning.
- Arkivverkets sakkunniga personal erbjuder gärna hjälp och guidning.

Arkivverkets kommunikationsstrategi har godkännts i juli 2011.

Generaldirektör Jussi Nuorteva

Förvaltningsdirektör Anitta Hämäläinen