

”Suomen kirjastojen moderni isoäiti.”
Kooste Kansalliskirjaston mainetutkimuksesta

* * * * *

Johtava viestinnän asiantuntija Heidi Mustajoki, lisätiedot: kk-viestinta@helsinki.fi

Tutkimuksen tavoitteet ja toteutus

- Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää Kansalliskirjaston maine sidosryhmien keskuudessa.
- Tutkimus toteutettiin kesä-syyskuussa 2020
- Kyselylomakkeen kautta vastasi 413 henkilöä
- Teemahaastattelu, johon valittiin 14 sidosryhmien edustajaa.
- Tuloksia hyödynnetään Kansalliskirjaston uudessa viestintäohjelmassa.

Mistä puhutaan, kun puhutaan maineesta?

”Maineen rakentaminen **ei ole pelkkä viestintäprojekti**, vaan se kiinnittyy kaikkeen **organisaation toimintaan**, syvätasolla **johtamiseen** ja sitä kautta **arjen tekoihin**.

Samoin se liittyy jokaisen organisaation jäsenen mukaan maineen rakentamiseen omalla toiminnallaan ja viestinnällään: sillä, miten he toimivat ja viestivät sidosryhmien kanssa erilaisissa kohtaamisissa ja viestinnän foorumeilla.”

Juholin, Elisa 2011: Communicare.

Finna mainetutkimuksessa

- **Digitalisaatio ja verkkopalvelut** mainittiin erikseen useissa vastauksissa. Kansalliskirjastoa pidetään tässä suhteessa pääasiassa edistyksellisenä toimijana. Osa vastaajista odottaa kuitenkin enemmän. Etenkin Finna mainittiin useasti nimeltä.
- **Palveluista tunnetaan parhaiten** museoiden, kirjastojen ja arkistojen aineistojen kokoaminen Finna-hakupalveluun (72 % vastaajista on käyttänyt palvelua), Historiallisten lehtien tarjoaminen digitaalisessa muodossa (64 %) ja Kansalliskokoelman ylläpito (61 %)
- **Organisaatioasiakkaat tuntevat ja käyttävät** muita ryhmiä selvästi enemmän ontologioiden ja sanastojen julkaisupalvelu Fintoa, lisensiointipalvelu FinELibia, kansallisten kuvailusääntöjen ja tunnisteiden kehittämistä ja tarjoamista, kansallista metatietovaranto Melindaa ja Finna-hakupalvelua.

Tulokset: SWOT-analyysi maineen näkökulmasta

VAHVUUDET

- *Pidetään tarpeellisena organisaationa ja on onnistunut perustehtävässään hyvin*
- *Maine: Pidetään osaavana, asiantuntevana ja hyvällä tavalla perinteisenä organisaationa*
- *Digitalisointi on onnistunut*

HEIKKOUEDET

- *Yhteistyötä ei koeta ns. aidoksi yhteistyöksi*
- *Maine: Osin kankea, byrokraattinen ja arrogantti*
- *Koetaan osin sulkeutuneeksi*

MAHDOLLISUUDET

- *Kansalliskirjaston uuden strategian viestiminen sidosryhmille*
- *Laajempi avautuminen suurelle yleisölle ja yhteiskunnalle*
- *Yhteistyötapojen kehittäminen*

UHAT

- *Epäselvä rooli liittyen erityisesti avoimeen tieteeseen ja julkaisemiseen*
- *Palvelut jäävät huomaamatta, niitä ei tunneta*
- *Epäselvä rooli tutkimuksen tekijänä*

Kehittämiskohteet, poimintoja viestintäohjelmasta 2021-2024:

- Pyrimme kasvattamaan kansalaisten yleistä tietoutta Kansalliskirjastosta mm. kehittämällä yleisötyön konseptia.
- Lisäämme avointa ja vuorovaikutuksellista viestintää asiakasryhmiemme ja sidosryhmiemme kanssa.
- Kuuntelemme entistä paremmin asiakasta ja sidosryhmiä, hyödynnämme saatua palautetta ja kerromme siitä.
- Palveluiden ja sisältöjen saavutettavuutta, löydettävyyttä ja käytettävyyttä parannetaan verkkosivustouudistuksella.

Kiitos!

www.kansalliskirjasto.fi
kk-viestinta@helsinki.fi