

MF Viestintätoimistojen eettiset periaatteet

Hyväksytty MF Viestintätoimistojen hallituksessa 10.1.2024

Marketing Finlandin viestintäpalveluja tarjoavat jäsenoimistot ovat Viestinnän eettisen neuvottelukunnan (VEN) taustayhteisönä sitoutuneet Viestinnän eettisiin ohjeisiin, joiden uudistamiseen MF on osallistunut vuosina 2022–23.

Lisäksi Marketing Finlandin viestintätoimistot päivittävät myös jäsenkuntaansa velvoittavat viestinnän eettiset periaatteet. Marketing Finlandin viestintätoimistojäseneksi voidaan valita toimisto, joka tuottaa ammattimaisesti viestintäpalveluja organisaatioille tai yksityishenkilöille ja sitoutuu noudattamaan näitä eettisiä periaatteita.

Vastuullinen viestintä on merkittävästi enemmän kuin lain kirjaimen noudattamista. Se on vaikuttamistyön eettisten lähtökohtien ja seuraamusten aktiivista ja jatkuvaa arviointia, vastuullisia linjauksia ja tekoja jokapäiväisessä viestinnässä ja vuorovaikutuksessa.

Avoin, aktiivinen ja kunnioittava vuorovaikutus on vaikuttavan viestinnän ydintä. Ammatillinen onnistuminen nopeasti muuttuvassa toimintaympäristössä edellyttää luottamusta, joka rakentuu rehellisyydelle, läpinäkyvyydelle ja vastuullisuudelle.

Viestintätoimistojen eettisten periaatteiden tarkoitus

Eettisten periaatteiden tarkoitus on varmistaa Marketing Finlandin viestintätoimistojen toiminnan vastuullisuus, mikä luo pohjan viestintätoimistojen työn arvostukselle, vaikuttavuudelle ja taloudellisesti kestäväälle liiketoiminnalle. Olennaista on rakentaa luottamusta todennettuun tietoon perustuvan viestinnän ja kunnioittavan vuorovaikutuksen keinoin.

1. Viestintätoimistojen työn ammatillinen perusta

- Palvelemme asiakkaitamme suunnittelemalla ja toteuttamalla viestintää ja vuorovaikutusta, joilla luodetaan toimintaympäristöä sekä vaikutetaan yksilöiden ja sidosryhmien tietoihin, mielipiteisiin, asenteisiin ja valintoihin asiakkaan tavoitteiden edistämiseksi.
- Toimistojen asiakkaina voivat olla yritykset, yksityishenkilöt, aatteelliset yhteisöt, kansalais- ja etujärjestöt, kuntien ja valtion hallinnon yksiköt sekä muut viranomaiset.
- Asiakkaiden tavoitteena voi olla esimerkiksi yhteisökuvan kehittäminen, tunnettuuden ja tietämyksen lisääminen tai sidosryhmien aktivoiminen, tuotteen tai palvelun

kehittäminen ja myynnin edistäminen sekä poliittiseen, yhteiskunnalliseen tai liiketoiminnalliseen päätöksentekoon vaikuttaminen.

- Viestintätoimistot edistävät toimeksiannosta asiakkaidensa kaupallisia tavoitteita tai muita eettisesti hyväksyttäviä tai laillisia vaikuttamispyrkimyksiä. Työtä tehdään luotaamalla toimintaympäristöä, lisäämällä asiakkaiden näkemystä sidosryhmien odotuksista sekä rakentamalla luottamusta sidosryhmien välillä oikea-aikaisella ja merkityksellisellä tiedolla ja vuorovaikutuksella sekä markkinoimalla asiakkaan tuotteita ja palveluja. Toimistot tuottavat asiakkaan sidosryhmille kohdennettua sisältöä, joka tukee asiakkaan tavoitteita.
- Viestintätoimisto toimii monissa rooleissa: viestinnän konsulttina ja neuvonantajana, valmentajana, suunnittelijana, tuottajana tai toteuttajana. Ammatillisen asiantuntemuksen lähtökohtana ovat monipuoliset tietolähteet: tutkimukset ja selvitykset, perinteinen ja sosiaalinen media, asiantuntijalähteet sekä erilainen analyytiikka, joka antaa tietoa sidosryhmien käyttäytymisestä ja mielenkiinnon kohteista.
- Viestintätoimistojen palveluihin voivat kuulua oman, ansaitun, ostetun ja vuokratun median sekä markkinointiviestinnän sisältöjen suunnittelu, tuotanto ja julkaiseminen sekä markkinointiautomaatio ja analyytiikkapalvelut. Palvelut kattavat myös henkilöstöviestinnän, yhteiskunnallisen ja vaikuttajaviestinnän sekä kriisiviestinnän suunnittelun, valmennuksen ja toteutuksen.
- Viestintätoimistojen neuvonanto ja palvelut perustuvat luottamukseen ja oletusarvoon siitä, että asiakkaalta saadut tiedot ovat totta. Viestintätoimistoilla on kuitenkin velvollisuus tarkistaa tietojen oikeellisuus niiltä osin, kuin ne on mahdollista varmistaa yleisesti ja avoimesti saatavissa olevista luotettavista lähteistä.

2. Luottamus asiakassuhteessa

- Viestintätoimisto ei paljasta eikä hyödynnä asiakkaaltaan saamaansa luottamuksellista tietoa omaksi tai kolmannen osapuolen eduksi. Viestintätoimistojen nykyisten ja aiempien asiakkaiden tulee voida luottaa siihen, että toimistot pystyvät käsittelemään luottamuksellisia tietoja asianmukaisesti. Kaikkien viestintätoimiston työntekijöiden ja ulkopuolisten avustajien on sopimuksella sitouduttava vaitiolovelvollisuuteen asiakkaan toimintaa koskevissa asioissa sekä viestintätoimiston palveluksessa ollessaan että sen jälkeen.
- Asiakas voi edellyttää, ettei yhteydenotto viestintätoimistoon tule sen enempää yleiseen tietoon kuin tehtävä vaatii. Asioidessaan kolmannen osapuolen kanssa, esimerkiksi suhteessa toimittajaan tai päätöksentekijään, viestintätoimiston on tuotava ilmi, mitä toimeksiantajaa hän edustaa.
- Viestintätoimiston tulee saada asiakkaaltaan toimeksiannon toteuttamiseen riittävät ja totuudenmukaiset tiedot.
- Viestintätoimisto voi toimeksiantosopimuksen mukaan edustaa asiakastaan sosiaalisessa mediassa. Viestintätoimistossa työskentelevien tulee mahdollisuuksien mukaan ilmaista sidonnaisuutensa ottaessaan omissa nimissään julkisesti kantaa toimistonsa asiakkaan toimintaan.

- Esimerkiksi Facebookissa kirjallisesti, kuvalla, videolla tai edelleen jakamalla ilmaistu kanta on lähtökohtaisesti julkinen. Merkkimäärältään tai muutoin rajatuissa palveluissa riittää, että työpaikka on mainittu henkilökuvauksessa ja työpaikan verkkosivuilta voi tarkistaa ajantasaiset tiedot toimiston julkisista asiakkuuksista. Ellei toimeksianto ole julkinen, viestintäkonsultin tulee pidättäytyä asiakasta koskevista henkilökohtaisista kannanotoista. Olennaiset tiedot ja näkökohdat voi tuoda esiin kyseisen toimeksiannon rajoissa.
- Tekoälyn eettisesti valveutunutta käyttöä viestintätoimistoissa on linjattu ICCO:n [Varsovan periaatteissa 2023](#). Niissä korostetaan läpinäkyvyyden, täsmällisyyden, yksityisyyden suojan, vinoutumien havaitsemisen, immateriaalioikeuksien noudattamisen, inhimillisen hallinnan, kontekstin ymmärtämisen, vastuullisen automaation, jatkuvan seurannan ja ammatillisen kehityksen tärkeyttä ja tarjotaan viestintätoimistojen ammattilaisille eväitä tekoälyteknologioiden haasteiden ja mahdollisuuksien ymmärtämiseen.

3. Säännösten noudattaminen

Viestintätoimiston tehtävä on ajaa asiakkaansa etua. Työssä on noudatettava toimialan kansainvälisiä ja kotimaisia eettisiä periaatteita, hyvää liiketoimintatapaa, yleisiä viestintää ja vaikuttamista ohjaavia sääntöjä ja lakeja. Yleisiä noudatettavia ohjeita ovat esimerkiksi pörssin ohjeet. Toimialakohtaisia ohjeita ovat muun muassa lääkemainontaa ja viestintää säätelevät ohjeet sekä kilpailu- ja kuluttajaviranomaisen linjaukset.

4. Kilpailevat toimeksiannot

Viestintätoimisto voi työskennellä kilpailevien asiakkaiden tai etupiirien kanssa hyvää liiketoimintatapaa noudattaen. Kilpailevia toimeksiantoja on käsiteltävä erillään niin, että luottamukselliset tiedot pidetään vain toimeksiantoon nimetyn työryhmän saatavilla. Asiakkaalle tulee proaktiivisesti kertoa mahdollisista kilpailevista toimeksiannoista ja luoda selkeät toimintatavat, joilla toimeksiantojen salassapidettävät tiedot pysyvät erillään.

5. Viestintätoimisto neuvonantajana

Viestintätoimisto varjelee luotettavuuttaan ja varoo sitoumuksia, jotka vaarantavat sen aseman ammattimaisena ja riippumattomana neuvonantajana. Toimisto noudattaa erityistä huolellisuutta riippumattoman neuvonantajan roolinsa varmistamisessa muun muassa seuraavissa tilanteissa:

- Viestintätoimisto toimii tiiviissä yhteistyössä tai omistuksellisessa suhteessa media-alan yrityksen kanssa
- Viestintätoimiston tai sen emoyhtiön toimintaan liittyy oleellisessa määrin viestinnän ulkopuolisia toimintoja, joista voi aiheutua eturistiriitoja

6. Toimeksiannosta kieltäytyminen

Viestintätoimisto valitsee asiakkaansa ja voi kieltäytyä toimeksiannosta. Toimisto ei saa ottaa vastaan tehtävää, joka edellyttää lakien tai viestintää ohjaavien normien rikkomista tai toimialan eettisten sekä toimiston omien periaatteiden vastaista toimintaa.

7. Viestintätoimiston työntekijän lojaliteetti

- Työsuhteeseen kuuluu lakiin perustuva lojaliteettivelvoite työnantajaa kohtaan. Viestintätoimiston työntekijän tulee olla lojaali ensisijaisesti sitä viestintätoimistoa kohtaan, jonka palveluksessa hän on. Jos asiakkaan ja viestintätoimiston välillä on ristiriita, työntekijä noudattaa toimistonsa näkökantoja.
- Työntekijällä on oikeus kieltäytyä työtehtävästä, jos viestintätoimisto toimii vastoin hyvää toimialaetiikkaa. Työntekijän on ilmoitettava esihenkilölleen, jos asiakas vaatii toimia, jotka rikkovat toimialan eettisiä ohjeita tai lakeja.
- Viestintätoimiston työntekijä ei saa pitää asiakastoimeksiantoa "omanaan" työsuhteen aikana eikä sen jälkeen. Asiakassuhde kuuluu toimistolle, ei sen palveluksessa olevalle työntekijälle.
- Ennen kuin työntekijä jättää työnsä viestintätoimistossa hän ei saa tehdä käytännön valmisteluja houkutellakseen asiakkaita tai työtovereita uuteen yritykseen. Hän kertoo lähdöstään asiakkaille vain yhteistyössä vanhan yrityksensä kanssa.

8. Hinnoittelu

Viestintätoimistot päättävät palvelujensa ja tuotteidensa hinnoittelusta itsenäisesti. Hinnoittelun perusteena voidaan käyttää viestintäneuvonannon ja -toimien tulosten sekä laadullisia että määrällisiä mittareita. Oma, ostettu ja ansaittu tai vuokrattu media on erotettava toisistaan. Hinnoittelumenetelmä ei saa vaarantaa minkään kolmannen puolen riippumattomuutta.

Viestintäammattilaisen ALA-periaatteet: Avoimuus, Luottamus, Arvostus

Avoimuus

- Edistää avointa viestintäkulttuuria ja vahvistaa organisaationsa viestintäosaamista jatkuvan oppimisen kautta.
- Tuo viestinnässä selkeästi esiin sen, ketä edustaa.
- Tuo avoimesti esille omat sekä edustamansa tahon intressit ja sidonnaisuudet toimeksiantoon liittyen.

Luotettavuus

- Vahvistaa ammattitoimillaan luottamusta työnantajansa ja toimeksiantajaansa.
- Käyttää työnantajansa tai toimeksiantajansa luottamuksellista tietoa ja hankkimiaan verkostoja vastuullisesti.
- Edellyttää myös asiakastyöhön osallistuvilta yhteistyökumppaneilta viestinnän eettisten ohjeiden mukaista toimintaa.
- Tunnistaa ja tuo esiin viestinnälliset haasteet ja riskit.

Arvostus

- Edistää kunnioittavia kohtaamisia ja rakentavaa keskustelukulttuuria.
- Ymmärtää sidosryhmien ja kulttuurien monimuotoisuuden ja erilaiset tarpeet sekä ottaa ne huomioon viestinnässä.