

Kirkon tutkimuskeskuksen www-julkaisu 31



Kohtaamista vai oikeaa tietoa?

Kirkon työntekijöiden kokemuksia työstä sosiaalisessa mediassa

Meri-Anna Hintsala & Kimmo Ketola

Kirkon tutkimuskeskus, Tampere 2012

ISBN 978-951-693-324-8

ISSN 1459-2703

SISÄLLYS

1. Kirkon työ sosiaalisessa mediassa – Hengellinen elämä verkossa	3
2. Kyselyn aineisto	6
2.1. Kyselyn toteutus	6
2.2. Aineiston edustavuus	6
3. Seurakuntien sosiaalisen median työn organisointi	9
3.1. Tietokone ja internet on, mutta riittävätkö ne sosiaalisessa mediassa työskentelyyn?	9
3.2. Työajan sopimisen käytännöt kirjavia	9
3.3. Työyhteisön tuella ja omalla kiinnostuksella töihin	10
3.4. Työajan riittävyys ja syyt olla työskentelemättä verkossa	10
4. Mitä seurakunnissa tehdään sosiaalisessa mediassa?	12
4.1. Facebookin käyttö vahvaa	12
4.2. Sosiaalinen media viestinnän vastuulta kaikkien työksi	13
5. Näkemykset valtakunnallisen verkkotyön hoitamisesta tulevaisuudessa	16
5.1. Kirkkohallitukselle vetovastuu valtakunnallisen työn toimivuudesta ...	16
5.2. Koulutusten hoitaminen järjestettävä hiippakunnallisesti	17
6. Kokemukset sosiaalisen median koulutuksista	19
6.1. Koulutukset tarpeellisia ja innostavia	19
6.2. Koulutusten haasteena toimiva markkinointi ja riittävät tavoitteet	20
6.3. Työn tueksi kaivataan tasoryhmiä ja pelisääntöjä	21
7. Asenteet verkkotyötä kohtaan	25
7.1. Asenteet muuttuneet positiivisemmiksi	25
7.2. Työyhteisöstä tukea	27
7.3. Ihmisten kohtaaminen motivoi työhön	29
8. Vuorovaikutus ja kohtaaminen ytimessä	30
8.1. Reaktiivista vai proaktiivista läsnäoloa?	30
8.2. Tapahtumailmoittelua ja julkista vaikuttamistyötä	31
8.3. Virtuaalimaailmat vieraimpia	33
8.4. Viestinnällisyys korostuu kohtaamisessa	34
8.5. Hyödyllisyys edellä – oikeaa tietoa mukaan keskusteluihin	34
9. Ammattimaisuuden odotetaan kasvavan	36
10. Johtopäätökset: Suurimmat haasteet liittyvät johtamiseen	39
11. Kirjallisuus ja lähteet.....	42
Kyselylomake hengellisestä elämästä verkossa	43

1. Kirkon työ sosiaalisessa mediassa – Hengellinen elämä verkossa

Hengellinen elämä verkossa -hanke käynnistyi koko laajuudessaan vuoden 2009 alusta. Hanke toimi yhtenä kirkon strategisena kärkihankkeena. Hankkeen kantavana ajatuksena on koko toiminta-ajan ollut pyrkimys mennä sinne, missä ihmiset jo ovat. Pyrkimyksen taustalla on ajatus vuorovaikutuksellisuudesta, jossa kirkko toimii mukana jäsentensä elämässä. Yksisuuntaisesta toiminnasta on haluttu pois kohti monisuuntaisuutta ja dialogisuutta. Ymmärrys siitä, miten 2000-luvun kirkon jäsenet toimivat, on tarvinnut tuekseen syväluotaavaa analyysia ja sosiaalisen median kulttuurin seuraamista sekä tehdyn työn ja toimintatapojen kriittistäkin arviointia. Uusia kommunikaation tapoja on kokeiltu ja niitä on sovellettu käytäntöön seurakuntatyön arjessa sekä valtakunnallisesti hallinnon tasolla. Hankkeen loppuvaiheessa on tarpeen luoda katse menneeseen ja tarkastella niitä toimintoja, joita kirkossa on sosiaalisen median työn edistämiseksi tehty. Tämä kyselytutkimus päätettiin toteuttaa Hengellinen elämä verkossa -hankkeen ja Kirkon tutkimuskeskuksen yhteistyönä nykytilanteen kartoittamiseksi ja analysoimiseksi. Kyselyn avulla saatu raportti toimii sosiaalisen median työn tulevaisuutta koskevan päätöksenteon pohjana muun muassa kirkolliskokoukselle ja muille kirkon päättäjille.

Yhdeksi Hengellinen elämä verkossa -hankkeen tavoitteista muotoutui Kirkko 2015 -strategian mukaisesti ajatus laadukkaasta kohtaamisesta verkossa. Verkossa laadukas kohtaaminen on sellaista, jossa jäsenellä itsellään on aktiivinen ja sisältöä tuottava rooli. Yhdeksi hankkeen lopullisista tavoitteista nousikin verkossa toteutuvan maallikko- tai jäsenaktiivisuuden tukeminen ja työntekijäkeskeisyyden vähentäminen. Toisaalta samaan aikaan painotettiin sitä, että kirkon työntekijöillä tulee olla sekä osaamista että työaika verkkotyöhön. Hankkeen toimintavuosien aikana verkkokulttuuri eteni ja kehittyi jatkuvasti, ja hanke pyrki toiminnassaan ottamaan huomioon kehityksestä nousevat tarpeet ja mahdollisuudet kirkon työn kannalta. Tämä muutos lienee varsin pysyvä ja todennäköisesti yhä kiihtyvä.

Hankkeessa vuosien aikana tehty työ heijastuu seurakunnissa tehtävässä työssä. Seuraavassa kuvataan lyhyesti hankkeen ydinsisällöt hankevuosien aikana, sillä se auttaa ymmärtämään kyselyssä esille nousevia teemoja. Kirkon työntekijöiden kouluttaminen sosiaaliseen mediaan aloitettiin vuonna 2008 Espoosta, jossa järjestettiin ensimmäinen Hengellinen työ verkossa -kouluttajakoulutus (HTV). HTV-koulutuksia on järjestetty koko hankkeen ajan vuodesta 2008 vuoteen 2012. Tänä aikana kirkon työntekijöitä on koulutettu sosiaalisessa mediassa tehtävään työhön liki kaksituhatta. Ensin koulutettiin kouluttajat, jonka jälkeen kouluttajat hoitivat hiippakunnallisesti organisoidut koulutukset yhdessä Hengellinen elämä verkossa -hankkeen kanssa. Vuonna 2009 hankkeen toimintaa leimasi uusien toimintojen aloittaminen ja uuden toimintaympäristön arviointi aiemmin tehdyn pohjalta. Yhteistyösopimuksia erilaisten yhteisöpalvelujen kanssa oli

tehty (City.fi Rakkauden ammattilaiset, nuorisochatit IRC-Galleriassa sekä Lastenkirkko). Tuolloin havaittiin, että erilaisissa aiemmin paikallisissa kriiseissä tarvitaan valmiutta valtakunnallisiin verkkokeskusteluihin osallistumiseen.

Vuonna 2010 tuli esiin hankkeeseen kohdistuvat paineet olla mukana kehittämässä vuorovaikutteisia palveluja lähes jokaiseen kirkon työalaan ja toimintaan. Verkossa yhteisöpalvelujen käyttäjälähtöisyys mahdollisti myös kirkon toimintojen aiempaa paremman kohderyhmäajattelun. Eri ikä- ja kohderyhmille tulee tarjota erilaisia sisältöjä kiinnostuksen kohteiden mukaisesti. Kohderyhmälähtöisyys haastaa kaiken toiminnan viestinnän tasolla. Miten puhutaan uskosta ja kirkosta ihmisille kullekin kohderyhmälle tutulla tavalla? Kirkon verkkoläsnäolon ydinajatuksiksi muotoutui ihmisten kuunteleminen, mikä merkitsee kuulluksi tullee kokemuksen hyväksynnästä ja arvostamisesta. Kirkon maineenhallinta tuli vuonna 2010 ilman ennakkosuunnittelua verkkokeskustelijoiden tehtäväksi mediassa nousseiden kriisien yhteydessä (Sellon ampumavälikohtaus, alkanut keskustelu lasten seksuaalisesta hyväksikäytöstä sekä Ylen homoilta ja kirkosta eroamisen aalto). Maineenhallinnalla tarkoitetaan kirkon viestinnän tukemista julkisuuskriiseissä ja niistä selviytymisessä sekä niiden ennakoinnissa. Verkkokeskusteluista kerättiin tietoa, joihin reagoitiin paitsi osallistumalla itse keskusteluihin, myös tuottamalla aktiivisesti omaa sisältöä aiheesta. Näin pyrittiin antamaan oikeaa ja totuudenmukaista kuvaa kirkosta. Kirkon sosiaalisen median työn tärkeimmäksi sisäisen viestinnän kanavaksi muodostui Suomen suurin yhteisöpalvelu Facebook. Työntekijäryhmät ja Facebook elävänä sosiaalisena työpöytänä mahdollisti nopean saavutettavuuden ja helppouden työn sisältöjen jakamiseen, kun työtä tehdään eri puolilla maata. Vuonna 2010 avattiin myös Kirkko kuulolla -palsta Suomi24-palveluun, josta muodostui Suomi24-palvelun yksi vilkkaimmista palstoista.

Hankkeen painopiste siirtyi vuonna 2011 hankkeen omasta toiminnasta seurakunnissa tehtävään verkkotyöhön: sen kehittämiseen, koordinointiin ja ohjaukseen. Vuonna 2011 nousikin suurimmaksi haasteeksi kirkon omien sosiaalisen median palvelujen kehittämisessä työvoiman saaminen palveluihin. Riittävä työntekijäjoukko on avain laadukkaan kohtaamisen syntymiselle. Osa palvelujen koordinoitavuudesta siirrettiin palkkioperustaisesti seurakunnissa tehtäväksi. Marraskuussa 2011 avattiin Kirkko Suomessa -sivu Facebookissa, mistä muotoutui nopeasti keskeinen viestinnällinen ja toiminnallinen solmukohta kaikelle kirkon työlle sosiaalisessa mediassa. Facebookin kautta ohjataan ihmisiä kirkon muihin sosiaalisen median palveluihin, mutta myös jaetaan yksittäisissä palveluissa tuettua sisältöä eteenpäin. Facebookin mahdollisuudet kirkon löyhästikin sitoutuneiden jäsenten tavoittamisessa ovat hyvät, ja aktiivisella toiminnalla, markkinoinnilla ja toiminnan kehittämiseksi kirkko pysyy aktiivisena ja näkyvänä sosiaalisen median toimijana.

Yhteiset pelisäännöt sosiaalisessa mediassa tehtävälle työlle luotiin vuonna 2012, mikä mahdollistaa kirkon työn yhtenäisen otteen kaikkialla verkossa. Hengellinen elämä verkossa -hanke päättyi alkuperäisen suunnitelman mukaan vuoden 2012 lopussa.

Hengellinen elämä verkossa kuitenkin jatkuu. Suurimmat haasteet työn organisoinnissa liittyvät tähän nivelkohtaan, jossa painopiste työn tekemisessä siirtyy Kirkkohallituksesta seurakuntiin. Tavoitteena on löytää toimiva, kustannustehokas ja toteuttamiskelpoinen verkkotyön tukitoimintojen tuottamisen malli. Nyt hankkeessa tehty – usein kokeellinen – operationaalinen työ pyritään siirtämään kokonaan seurakuntiin osaksi niiden perustoimintaa. Tämä tarkoittaa samalla työn koordinoitijärjestelmien kehittämistä ja rakenteiden luomista kokeilevalle sekä uusia toimintatapoja kehittäväälle työlle. Tämä tehdään yhä tiivistyvässä yhteistyössä seurakuntien kanssa. Tavoitteena on seurakuntien verkkotyön määrän ja osaamisen saaminen valtakunnallisen tarpeen tasolle.

Tässä tutkimuksessa kartoitetaan seurakuntien verkkotyön organisointia ja nykytiedellisuutta sekä työntekijöiden osaamista ja asenteita sosiaalisessa mediassa tehtävää työtä kohtaan. Tutkimuksessa luodaan katse myös kirkon verkkotyön tulevaisuuden mahdollisuuksiin ja toiveisiin työntekijöiden kokemuksen kautta. Tutkimuskysymys on siten kaksipuolinen:

Asennetason selvitystyö. Miten työskentelyyn sosiaalisessa mediassa suhtaudutaan? Mitä kirkon verkkotyö seurakunnissa tällä hetkellä on? Miten verkkotyö ymmärretään, mitä sisältöjä sille annetaan, ja miten verkkotyöhön ja toimimiseen vuorovaikutuksellisesti palveluissa suhtaudutaan henkilökohtaisen ammattiroolin kautta, työyhteisössä ja esimiestasolla? Tutkimuksessa selvitetään myös sitä, mitä seurakunnissa tehtävä verkkotyö käytännön toiminnan tasolla on. Pääpaino tutkimuksessa on käytännön toimien kartoittamisen sijaan asennetasolla, sillä hankkeen käytännön työssä asenteiden on todettu olevan suuri toiminnan etenemistä edistävä sekä myös estävä tekijä.

Ihanteellinen tulevaisuudentila: Mitä pitäisi tapahtua, jotta työ vuorovaikutuksellisesti palveluissa ihmisten parissa olisi mahdollista ja helpompaa? Miten seurakuntien työntekijät näkevät verkkotyön mahdollisuudet suhteessa perinteiseen seurakuntatyöhön?

Tutkimuksessa käytetään sosiaalisessa mediassa tehtävästä työstä sekä käsitteitä työ sosiaalisessa mediassa että verkkotyö. Verkkotyöstä puhuttaessa tarkoitetaan työtä, joka tehdään verkon vuorovaikutuksellisesti palveluissa mahdollisesti myös seurakuntien verkkosivujen kautta (esim. jumalanpalvelukset seurakunnan verkkosivuilla) sekä sosiaalisen median palveluissa. Sosiaalinen media pitää käsitteenä sisällään ajatuksen sisältökeskeisyydestä ja vuorovaikutuksellisuudesta. Vaikka sosiaalisessa mediassa tehtävä työ perustuu tekniikalle, se ei ytimeltään ole kuitenkaan tekniikkaa vaan sisältöjä ja ihmisten välistä kommunikaatiota, jakamista ja keskustelua. Tällöin käsitteet on pidettävä erillään perinteisestä tietokonetyöstä, jossa ihminen tietokoneen äärellä on yksinään koneen kanssa. Verkkoon liittyy vahva ajatus verkottumisesta muiden ihmisten kanssa tietoliikenneyhteyksien kautta.

2. Kyselyn aineisto

2.1. Kyselyn toteutus

Hengellinen elämä verkossa -kysely (HEV) toteutettiin maaliskuu–huhtikuussa 2012 sähköisenä kyselynä sekä suomeksi että ruotsiksi Surveypal-nimistä kyselyjärjestelmää käyttäen. Kyselyyn vastaajien osoitteet poimittiin evl.fi-sähköpostiosoitteiden joukosta jakamalla ne satunnaisotannalla neljään ryhmään. Kysely lähetettiin yhdelle neljännekselle, eli kaikkiaan 3 930 vastaajalle, joista 916 (23,3 %) vastasi määräaikaan mennessä. Vastausprosenttia voidaan pitää tämäntyyppisille sähköisille kyselyille varsin tyypillisenä. Kysely on voinut aktivoida sellaisia ihmisiä vastaamaan, joilla on kokemusta sosiaalisessa mediassa työskentelystä. Luku antaa suuntaa sosiaalisen median työn kulkeutumisesta osaksi seurakuntien perustyötä.

Kutsu osallistua kyselyyn lähetettiin sähköpostissa kaksikielisenä 20.3. Niille, jotka eivät olleet 30.3. mennessä vastanneet, lähetettiin samana päivänä muistutus. Myös muistutus tehtiin kaksikielisenä. Kyselyn ilmoitettuna päättymispäivänä 5.4. lähetettiin vielä kaikille vastaajille kiitos osallistumisesta sekä vastaamattomille muistutus mahdollisuudesta vielä osallistua kyselyyn. Kysely suljettiin lopulta 9.4.2012.

Vastaamisaktiivisuutta pyrittiin lisäämään myös tarjoamalla mahdollisuutta osallistua palkintojen arvontaan. Vastaajat saattoivat halutessaan osallistua kahden 50 euron arvoisen lahjakortin (Globe Hope ja S-ryhmä) sekä kirjapalkintojen arvontaan. Arvontaan saattoi osallistua jättämällä yhteystietonsa kyselyn lopussa olevaan erilliseen vastauskenttään.

2.2. Aineiston edustavuus

HEV-kyselyyn vastanneet edustivat kirkon henkilöstön sukupuolijakaumaa erittäin hyvin. Vuonna 2010 kirkon koko henkilöstöstä naisia oli 71,2 prosenttia.¹ Kyselyyn vastaajissa vastaava osuus oli 71,9 prosenttia.

Kyselyaineisto vastasi varsin hyvin myös kirkon vakinaisen henkilöstön ikäjakaumaa, joskin nuoremmat ikäryhmät olivat aavistuksen verran yliedustettuina ja vanhemmat vastaavasti aliedustettuina (ks. taulukko 1.1.). Kirkon työmarkkinalaitoksen tietojen mukaan vuonna 2011 vakinaisesta henkilöstöstä viisi prosenttia oli alle 30-vuotiaita. Kyselyssä vastaava osuus oli yhdeksän prosenttia. Vakinaisesta henkilöstöstä 16 prosenttia oli 30–39-vuotiaita, kun vastaava osuus kyselyssä oli 19 prosenttia. Sen sijaan 50–59-vuo-

¹ Kirkon henkilöstöä koskevat tiedot on poimittu Kirkon tilastollisesta vuosikirjasta 2011.

tiaita vakinaisessa henkilöstössä oli 35 prosenttia ja kyselyssä 30 prosenttia. Yli 60-vuotiaita henkilöstössä oli 18 prosenttia ja kyselyssä 12.

Taulukko 2.1. Henkilöstön ikäjakauma suhteutettuna otoksen jakaumaan (%).

	Vakinainen henkilöstö 2011	HEV-kysely
Alle 30	5	9
30–39	16	19
40–49	27	30
50–59	35	30
Yli 60	18	12
Yhteensä	100	100
N	13 793	916

Myös tehtäväalueittain tarkasteltuna otos onnistui varsin hyvin. Kuten aikaisemmissakin kyselyissä, seurakuntatyössä olevat vastasivat kyselyyn jonkin verran aktiivisemmin kuin muissa kirkon tehtävissä toimivat. Vakinaisessa työsuhteessa olevista 55 prosenttia työskenteli seurakuntatyössä, kun kyselyssä vastaava osuus oli 62 prosenttia. Selkeimmin tämä tuli ilmi pappien ja kiinteistö- ja kirkonpalvelustyöntekijöiden kohdalla. (Ks. taulukko 2.2).

Taulukko 2.2. Kirkon vakinaiset työntekijät 2011 tehtäväalueittain suhteutettuna otoksen jakaumaan.

	Vakinaiset työntekijät 2011		HEV-kysely
Seurakuntapapit	1913	14%	21%
Lehtorit	10	0%	0%
Sairaalasielunhoito	119	1%	0%
Perheneuvonta	150	1%	1%
Kirkkomuusikot	787	6%	6%
Diakoniatyö	1268	9%	12%
Nuorisotyö	1033	7%	9%
Lapsityö	2203	16%	11%
Muu srk-työ	213	2%	2%
Yhteensä srk-työ	7696	56%	62%
Hallinto	2354	17%	16%
Hautausmaatyö	542	4%	3%
Kiinteistö- ja kirkonpalvelustyö	2996	22%	9%
Muut	201	2%	10%
Yhteensä	13793	100%	100%

Erittäin hyvä vastaavuus kirkon vakinaisen henkilöstön ja otoksen jakauman välillä löytyi hiippakunnittaisessa tarkastelussa. Kaikkien hiippakuntien kohdalla otoksen jakauma oli prosenttiyksikön sisällä yhtäpitävä henkilöstön todellisen hiippakunnittaisen jakauman kanssa (ks. taulukko 2.3).

Taulukko 2.3. Kirkon vakinaisen henkilöstön jakautuminen hiippakunnittain 2011 suhteutettuna otoksen jakaumaan.

	Vakinainen henkilöstö 2011		HEV-kysely
Turun arkkihiippakunta	1708	12,4%	12,2%
Tampereen hiippakunta	2131	15,4%	14,7%
Oulun hiippakunta	1477	10,7%	9,8%
Mikkelin hiippakunta	1395	10,1%	9,2%
Porvoon hiippakunta	885	6,4%	7,0%
Kuopion hiippakunta	1285	9,3%	8,6%
Lapuan hiippakunta	1380	10,0%	11,0%
Helsingin hiippakunta	1805	13,1%	13,8%
Espoon hiippakunta	1378	10,0%	10,6%
Keskus- ja hiippakuntahallinto	349	2,5%	3,1%
Koko kirkko	13793	100,0%	100,0%

Heikoin vastaavuus todelliseen tilanteeseen ilmeni vastaajien työskentelyseurakuntia tarkasteltaessa. Kyselyyn vastanneista 67 prosenttia ilmoitti työskentelevänsä kaupunkiseurakunnassa, kun todellisuudessa kaupunkiseurakuntia oli vuoden 2012 alussa 52 prosenttia seurakunnista. Tässä kohtaa arvatenkin kyselyn aihepiiri itsessään johti jossakin määrin vastaajien valikoitumiseen. Maaseutuseurakunnissa verkkotyötä ei todennäköisesti pidetä yhtä ajankohtaisena asiana kuin kaupunkiseurakunnissa. Pienemmissä seurakunnissa siihen on myös arvatenkin vähemmän resursseja.

Yhteenvetona voidaan todeta, että kyselyaineisto vastaa keskeisten taustamuuttujien osalta jakaumaltaan kirkon henkilöstöä varsin hyvin. Vastaajia on kyselyn tarkoituksperiin nähden riittävällä tarkkuudella todellisuutta vastaavat osuudet iän, sukupuolen, tehtäväryhmän sekä hiippakunnan mukaan tarkasteltuna. Sen sijaan kaupunki- ja maaseutuseurakuntien osalta vastaajien jakauma poikkesi todellisesta tilanteesta siten, että kaupunkiseurakunnissa työskentelevät olivat jossain määrin ylliedustettuina. Hienoinen ylliedustus, joka on nähtävissä seurakuntatyön ja nuorempien ikäryhmien kohdalla, ei vaikuta tuloksiin niin merkittävästi, että se tulisi analyysin yhteydessä ottaa erityisellä tavalla huomioon. Sen sijaan tulosten tulkinnan yhteydessä voidaan erikseen kiinnittää huomiota maaseutuseurakuntien vastaajiin, pitäen tämän ryhmän aliedustus mielessä.

3. Seurakuntien sosiaalisen median työn organisointi

3.1. Tietokone ja netti on, mutta riittävätkö ne sosiaalisessa mediassa työskentelyyn?

Työ sosiaalisessa mediassa vaatii tehtävään sopivat työvälineet. Työhön tarvitaan tietokone sekä sujuva verkkoyhteys ja usein myös mobiililaitte. Kyselyyn vastanneista 94 %:lla oli käytössään työnantajan hankkima tietokone. Kuudella prosentilla vastaajista ei ollut käytössään työnantajan hankkimaa tietokonetta. Syitä oman työkäytössä olevan tietokoneen puuttumiselle on monia. Yleisimmin tietokoneita on seurakunnassa yhteiskäytössä, jolloin useampi työntekijä käyttää samaa työpaikalla olevaa konetta. Laitteiden hankkiminen kysyy taloudellisia resursseja, ja useat vastaajat mainitsivat tietokoneen puuttumiselle syyksi taloudellisen tilanteen. Osalle oma tietokone ei työtehtävien sisällön puolesta ole tarpeen. Kaikkien vastaajien mukaan omassa tai yhteisessä käytössä olevista työkoneista oli pääsy internetiin.

Kun kysyttiin syitä olla tekemättä työtä sosiaalisessa mediassa, vain kaksi prosenttia vastaajista koki, että työtä esti sopivien työvälineiden puute. Luku on melkoisen pieni, kun otetaan huomioon sosiaalisen median vaatimukset: verkkoyhteys on oltava riittävän nopea ja tehokas, sosiaalisen median työssä tarvitaan myös useimmiten mukana kannettava kone ja mobiiliyhteyden ja -laitteen on oltava käytettävissä. Alhainen luku herättää kysymään, ollaanko kirkon työssä tietoisia niistä laitteistovaatimuksista, joita työ sosiaalisessa mediassa tarvitsee onnistuakseen?

3.2. Työajan sopimisen käytännöt kirjavia

Hengellinen elämä verkossa -hankkeen toimesta seurakuntia on kehoitettu sopimaan työajan määrästä ja käytöstä sosiaalisessa mediassa. Käytännöt ovat kuitenkin kirjavat. Kyselytulosten mukaan 28 % vastaajista ilmoitti tekevänsä työtä sosiaalisessa mediassa joko sovitusti (21 %) tai vapaa-ajallaan (7 %). Vastaavasti 72% vastaajista ilmoitti, ettei lainkaan tee työtä somessa. Yleisimmin (8%) työaika oli sovittu alle tunti viikossa, yhdestä kahteen tunti kuudella prosentilla vastaajista, kahdesta neljään tunti kahdella prosentilla vastaajista ja neljästä kahdeksaan tunti kahdella prosentilla vastaajista. Naiset olivat kyselyn mukaan sopineet työajasta esimiehensä kanssa hieman useammin kuin miehet. Miehet taas tekivät verkkotyötä vapaa-ajallaan hieman useammin kuin naiset (9 %/6 %).

Neljä prosenttia vastaajista kertoi työaikaan olevan sovittu enemmän kuin kahdeksan tunti viikossa. Suurin osa tästä joukosta kertoi saavansa itse määritellä työajan sosiaalisessa mediassa tarpeen mukaan. Sopimista vaikeutti vastaajien mukaan muun muassa pappien työajattomuus, jolloin työmääriä ei muutenkaan lasketa tunteina. Oman työajan määrittely yhdistyi joillakin vastaajilla kehitystehtäviin, jolloin työ sosiaalisessa mediassa

yhdistyi laajemmin seurakunnan verkkoviestinnän ja sosiaalisen median työn kehittämiseen. Vastaajista kolme mainitsi työaikaa olevan määritelty yli 30 % työkuvarista.

3.3. Työyhteisön tuella ja omalla kiinnostuksella töihin

Suurin syy aloittaa työskentely sosiaalisessa mediassa oli oma kiinnostus. 30 % vastaajista kertoi halunneensa itse sosiaalisen median työhön mukaan ja 14 % kertoi ajautuneensa työhön mukaan. Sysäys toimia työssään sosiaalisessa mediassa tuli siis pääasiassa muualta kuin oman työyhteisön tai organisaation sisältä. 19 % vastaajista työhön lähtemisen kimmoke nousi työyhteisöstä: esimies kannusti (7 %), työkaveri suositteli (5 %), seurakuntalaiset olivat toivoneet (4 %) tai pyyntö tuli HEV-hankkeesta (3 %).

Muita syitä työskentelyn aloittamiseen kertoi 11 % vastaajista. Voimakkaimmin työhön lähtemistä ohjasi työn sisältöjen muutos, joka ajoi työskentelemään myös sosiaalisessa mediassa. Erityisesti tämä näkyi nuorisotyön, tiedottamisen ja vapaaehtoistyön kehittämisessä. Toisaalta työhön lähtemistä edesauttoi oma halu oppia ja kehittää kirkon työtä. Koulutuksilla sekä muiden seurakuntien esimerkillä mainittiin myös olleen vaikutusta työhön lähtemiseksi.

3.4. Työajan riittävyys ja syyt olla työskentelemättä verkossa

Heistä, joilla oli sovittua työaikaa sosiaaliseen mediaan, 79 % kertoi sovittun työajan riittävän hyvin sosiaalisessa mediassa oleviin työtehtäviin. Syitä työajan riittämättömyydelle löytyi kolmenlaisia: haasteet työtehtävien priorisoinnissa, työnkuvasta ei ole sovittu riittävästi, ja että työntekijän työaika ei vastaa ihmisten tarpeita. Koska sosiaalisen median työ on seurakuntatyössä uutta, työajan varaamisen tarpeellisuutta ei välttämättä osata nähdä. Vaikka työaikaa olisi some-työhön sovittu, kiireellisemmät työtehtävät seurakunnassa menevät vastaajien mukaan usein edelle. Sosiaalisen median työn väistyminen muiden työtehtävien vuoksi johtuu seurakuntatyön tehtävien priorisoinnista ja töiden paljoudesta. Uusi toimintaympäristö on helppo ohittaa, kun tietoa työn merkityksellisyydestä ja tarpeellisuudesta ei ole riittävästi.

Sosiaalisen median työssä esimiehen tuki koetaan tärkeäksi. Työtehtävien priorisoinnissa on vastaajien mukaan oleellista, että esimiehellä on tieto työn luonteesta ja sisällöistä. Kun esimies ei näe työn sisältöjä eikä työn merkitystä, sille ei myöskään löydy aikaa ja muut työt menevät helposti edelle. Työskentelyä sosiaalisessa mediassa vaikeuttaa vastaajien mukaan myös se, että työnkuva on epämääräinen tai että uusien tehtävien mukaantulon myötä vanhoja tehtäviä ei ole jätetty pois. Tulosten perusteella voidaan sanoa, että työ sosiaalisessa mediassa vaatii seurakunnassa vahvaa johtajuutta.

Muutamissa vastauksissa näkyi kirkon työntekijöiden työaikakäytäntöjen vaikutus työhön sosiaalisessa mediassa. Työajattomilla työntekijöillä ongelmia työtehtävien ajoittamisessa ei ole, mutta työajassa olevilla työntekijöillä asiakkaiden tarve ei aina vastaa työntekijöiden työaikaa. Erityisesti nuorten kanssa työn tekemisen aika voi ajoittua ilta-aikaan, joka ei sovi yhteen virka-ajan kanssa.

Kaikilla kirkon työntekijöillä ei sosiaalisen median työhön ole mahdollisuuksia tai halua. Kyselyn mukaan sosiaalisen median työtä estivät eniten työhön liittyvät syyt. Näitä syitä ilmoitti yli puolet vastaajista (52 %). Toiseksi eniten ilmoitettiin omia syitä (28 %). Myös muita syitä kerrottiin paljon (15 %) ja aina sosiaalisen median työtä ei pidetty edes oikeana työnä (4 %). Työhön liittyviä syitä olivat nykyisen työajan riittämättömyys ja se, että esimies ei ollut velvoittanut. Oman kiinnostuksen puute näkyi vastauksissa haluttomuutena työskennellä sosiaalisessa mediassa. 20 prosenttia vastaajista ei ollut tullut ajatelleeksi, että omaa työtä voisi mahdollisesti tehdä myös sosiaalisessa mediassa.

Työ sosiaalisessa mediassa vaatii paljon uuden opettelua, ja se on vastausten mukaan hidastanut tai jopa estänyt työhön lähtemisen. Avovastausten perusteella on nähtävissä myös se, että sosiaalisessa mediassa oleminen nähdään uhkaavana tai haastajana kasvokkain tehtävälle työlle:

Kuten jo sanoin, sosiaalisen media vajavainen tapa hoitaa sosiaalisuutta. Ihmisen kasvot reaaliaikaisena mahdollistavat sosiaalisen vuorovaikutuksen, ei facebook yms.

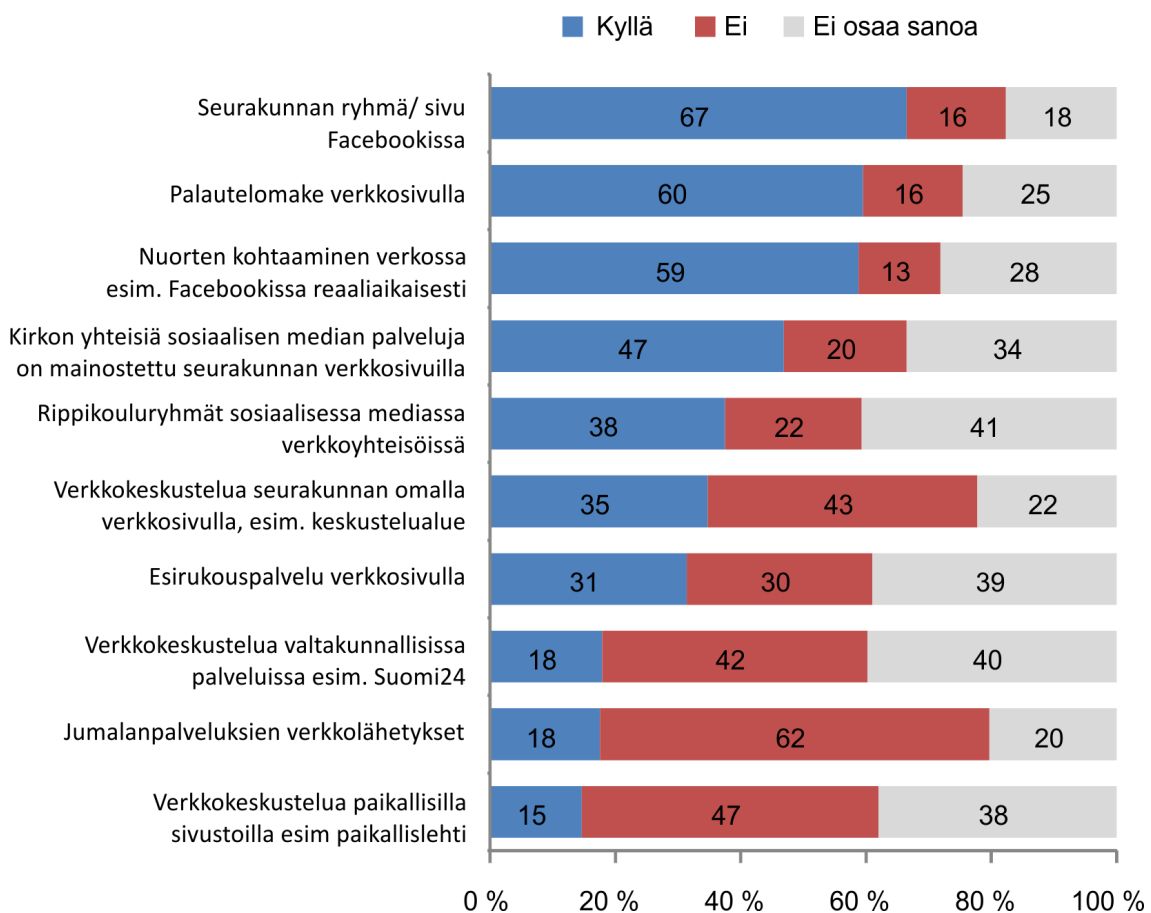
Kasvokkain tehtävää työtä uhkaavat asiat liittyvät useimmiten siihen, että vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa koetaan puutteellisenä, vajavaisena tai oman yksityisyyden kannalta epävarmana. Sosiaalinen media koetaan myös ikävällä tavalla julkisuutta lisäävänä. Mielenkiintoista on, että joissakin vastauksissa näkyy vastaajan yksityiselämän periaate tietokoneettomasta elämästä, ja tästä syystä hän ei suostu työssäänkään käyttämään tietokonetta. Vaikka suurin osa kyselyyn vastanneista työskentelee sosiaalisessa mediassa, niin myös vastustusta löytyy periaatteellisella tasolla. Myös osaamisessa on kehitettävää ja aina työnkuvakaan ei mahdollista eikä vaadi sosiaalisessa mediassa työskentelyä.

4. Mitä seurakunnissa tehdään sosiaalisessa mediassa?

4.1. Facebookin käyttö vahvaa

Seuraavassa esitetään ne työmuodot, joita kyselyn perusteella seurakunnissa tehdään. Prosenttiosuudet kertovat siitä, kuinka moni kyselyyn vastannut työntekijä kertoo työhyteisössään kyseistä asiaa tehtävän. Tulokset eivät kerro suoraan prosentuaalista seurakuntien määrää, joissa ko. asioita tehdään, sillä vastaajat ovat jakautuneet epätasaisesti seurakuntiin satunnaisotannan perusteella. Määrät antavat kuitenkin suuntaa siitä, millaisiin asioihin seurakunnissa on panostettu sosiaalisessa mediassa.

Kuvio 4.1. Vastaukset siitä, millaista työtä sosiaalisessa mediassa on tehty vastaajan virkaseurakunnassa. (N=859–880)



Vastaajista kaksi kolmasosaa (67 %) ilmoitti, että heidän työyhteisöissään on tehty Facebookiin ryhmä tai sivu. Facebook on yksi maailman suosituimmista sivustoista internetissä² ja se on Suomen suosituin yhteisöpalvelu, jota käyttää noin 2 miljoonaa suomalaista³. Seurakuntien läsnäolon lukua voidaan pitää melkoisen hyvänä, sillä läsnäolo verkkoyhteisössä on kaiken sosiaalisen median työn perusta. Myös nuorten kohtaaminen esimerkiksi Facebookin kautta on seurakuntien verkkotoiminnan kärkipäässä. Facebookin chat- ja keskustelutoiminnot ovat mahdollistaneet nuorten kohtaamisen heidän omassa verkko-yhteisössään melko varhaisessa vaiheessa, vaikkei seurakunnalla olisi vielä laajempaa sosiaalisen median sisältösuunnittelua tehty. Työalakohtaisista toimintoja kysyttäessä kasvaa ”en osaa sanoa”- vastausten määrä. Rippikouluryhmät verkossa ovat usein nuorisotyön piirissä tehtävää työtä, ja huomionarvoista on se, että kohtaamista nuorten kanssa Facebookissa tiedetään tehtävän enemmän kuin rippikouluryhmien hoitamista sosiaalisessa mediassa.

Työn sosiaalisessa mediassa voidaan katsoa tapahtuvan sekä seurakuntien sivujen ulkopuolella verkkopalveluissa (kuten Facebook) sekä seurakuntien omien sivujen kautta. Olennaista seurakuntien sosiaalisen median työn kokonaisuudessa on se, että vuorovaikutukseen ollaan valmiita palvelujen rajoista riippumatta sekä omilla sivuilla, ulkopuolisilla sivuilla, että maksetulla läsnäololla. Omien sivujen kautta tehtävää sosiaalisen median työtä kerrotaan olevan eniten palautelomakkeen kautta. 60 prosenttia vastaajista kertoi, että seurakunnan verkkosivuilta löytyy palautelomake. Palautteen antamisen mahdollistaminen on suostumista vuorovaikutukseen, vaikkei se suljettuna tapahtumana ole sosiaalisen median toimintamallien kärkipäässä. Vastaajista 47 % kertoi verkkosivujen kautta mainostettavan kirkon valtakunnallisia palveluja, kuten Kirkko Suomessa -Facebookisivua, Suomi24 Kirkko kuulolla -palstaa sekä muita mahdollisia palveluja. Vastaajista 35 % kertoi seurakuntansa sivulla olevan oman verkkokeskustelualueen, joilla keskustelua käydään. Samoin 33 % tiesi keskustelua käytävän seurakunnan ulkopuolisilla sivuilla, kuten paikallislehdessä (15 %) tai valtakunnallisesti Suomi24.fi:ssä (18 %). Ulkopuolella käytävän keskustelun määrää voidaan pitää melko hyvänä, kun verrataan sitä omilla sivuilla käytävään keskusteluun. Kirkon ulkopuoliset verkkoyhteisöt tavoittavat aina enemmän ihmisiä, kuin omat sivut, joilla resurssointi on lisäksi haastavaa ja sivujen rakentaminen ja ylläpitäminen kallista. Kirkon työ sosiaalisessa mediassa -tavoitteiden perusteella ”Menään sinne, missä ihmiset jo ovat”-tavoite täyttyy paremmin kirkon ulkopuolisilla sivus-

2 Miller 2011.

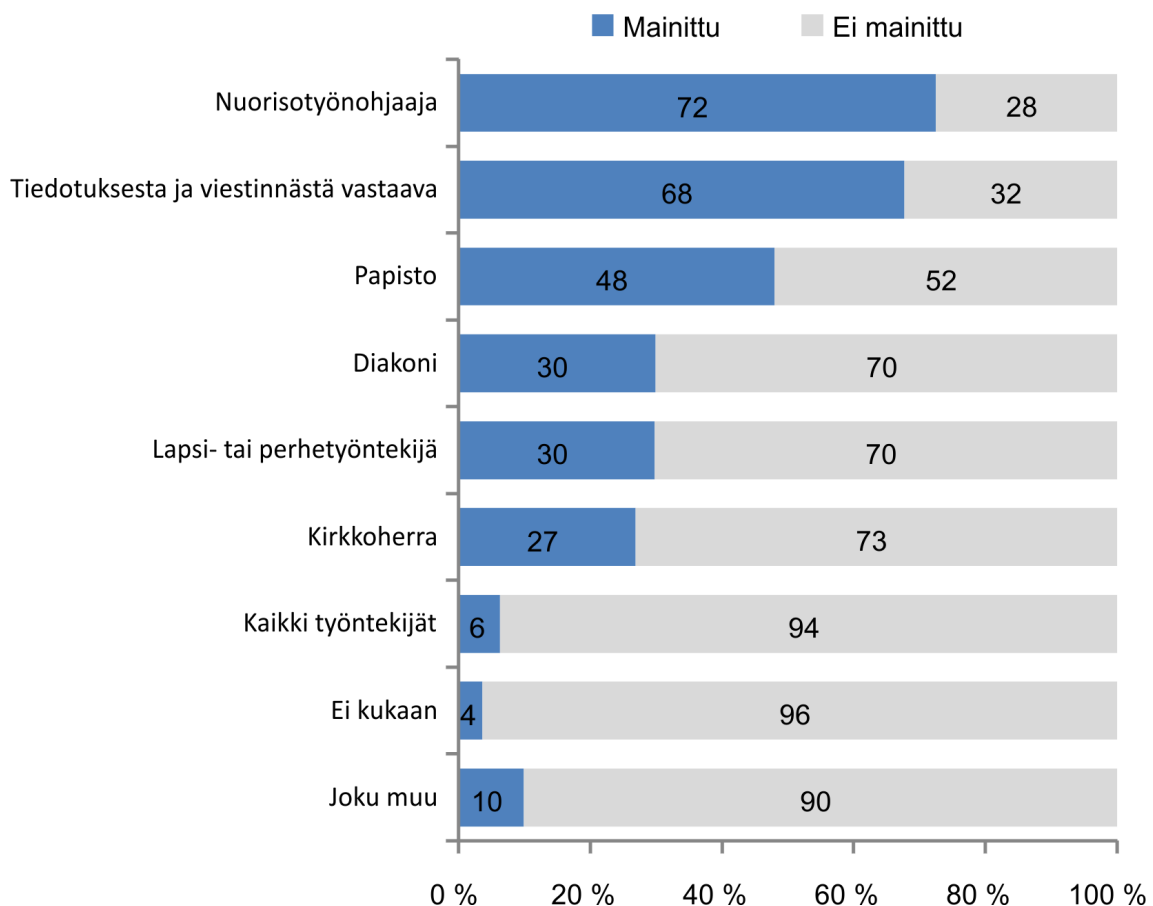
3 Facebook 2012.

toilla. Lisäksi 31 % vastaajista tietää seurakuntansa sivulla tarjottavan esirukouspalvelua, ja jumalanpalvelusten verkkolähetystyksiä lähetetään 18 % vastaajien seurakunnista.

4.2. Sosiaalinen media viestinnän vastuulta kaikkien työksi

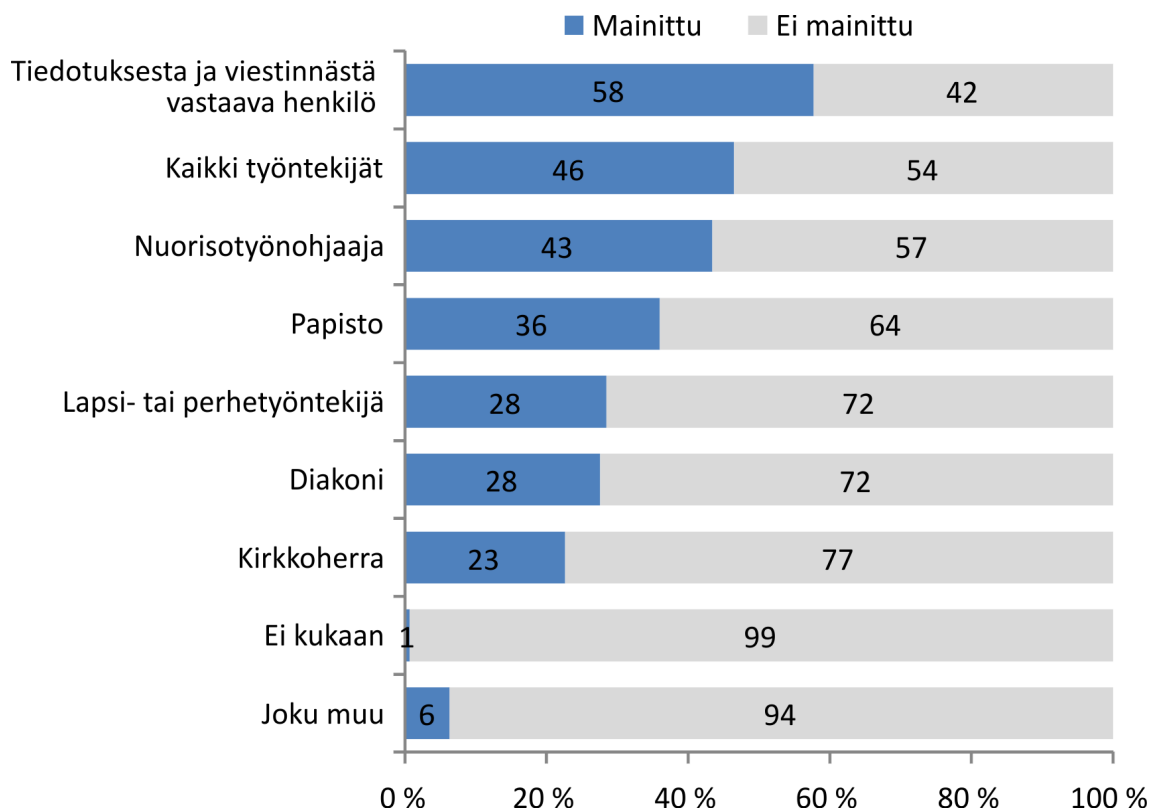
Useimmiten seurakunnissa sosiaalisen median työtä tekee nuorisotyönohjaaja (70 %). Toiseksi eniten mainittiin työtä tekevän tiedotuksesta ja viestinnästä vastaavan henkilön (66 %). Tulos on yhteneväinen tehtyjen työmuotojen kanssa: eniten seurakunnissa tehdään työtä Facebookissa tiedottaen tapahtumista ja keskustellen nuorten kanssa. (Ks. luku 4.1.) Myös papisto tekee usein työtä sosiaalisessa mediassa (46 %), samoin diakonit (29 %), lapsi- ja perhetyöntekijät (29 %) sekä kirkkoherrat (26 %). Avoimien vastausten perusteella erityisen hyvin työ sosiaalisessa mediassa soveltuu myös kanttoreille. Kyselyn tekohetkellä vain 6 % mainitsi vastuun jakautuvan tasaisesti kaikkien työntekijöiden kesken. Kolme prosenttia vastasi, ettei seurakunnassa kukaan tee työtä sosiaalisessa mediasa nykytilanteessa.

Kuvio 4.2. Vastaajien käsitys siitä, kuka seurakunnassa tekee työtä sosiaalisessa mediassa. (N= 886)



Mielenkiintoisia tuloksia nähdään, kun verrataan käsitystä nykytilanteesta siihen toivetilaan, joka työntekijöiden mielestä seurakunnissa pitäisi vallita työnjaon suhteen. Suurin ero tuloksissa on koskien kaikkia työntekijöitä. Kun nykytilanteessa 6 % vastasi kaikkien seurakunnan työntekijöiden tekevän töitä somessa, ihannetilassa 45 % toivoisi kaikkien työntekijöiden tekevän työtä sosiaalisessa mediassa. Toivetilassa työskentelyn määrä somessa näyttäisi myös jakaantuvan tasaisemmin eri työntekijäryhmien kesken verrattuna nykytilanteeseen.

Kuvio 4.3. Vastaajien käsitys siitä, kenelle seurakunnan työ sosiaalisessa mediassa pitäisi kuulua. (N= 889)



Muutokset ja erot nykytilanteessa verrattuna toivetilaan kielii siitä, että kirkon työntekijät toivovat työn somessa kulkeutuvan osaksi seurakunnan työn arkea. Sopivan henkilön tähän työhön tulee olla tehtäviin soveltuva henkilö, joka on saanut riittävän koulutuksen työhön. Lisäksi sosiaalisen median tehtävien tulee soveltua työnkuvan kokonaisuuteen. Eräs vastaaja kuvasi toiveitaan seuraavasti:

”Parhaiten minusta asiassa päästäisiin eteenpäin tuomalla verkkotyö osaksi normaalia toiminnansuunnittelua ja strategia työskentelyä. Työ verkossa kuuluu kaikille, mutta sen tulee olla seurakunnan voimavarojen mukaista.”

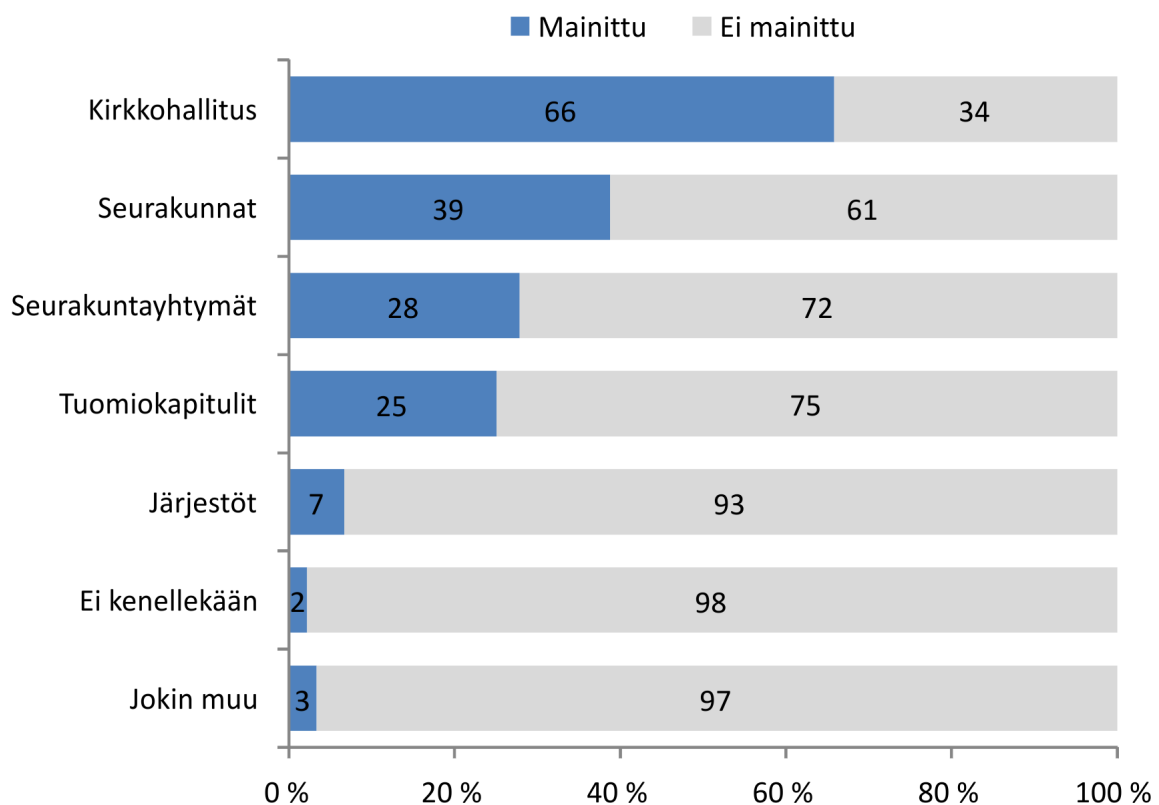
Verkkotyö ei välttämättä sovellu kaikille. Työhön voi toisaalta soveltua myös esimerkiksi vapaaehtoiset, joita ei seurakunnan perustuksessa osata vielä riittävästi hyödyntää. Onnistuneen työn toteuttamiseksi toivotaan seurakunnan johtotason tukea ja kannustusta.

5. Näkemykset valtakunnallisen verkkotyön hoitamisesta tulevaisuudessa

5.1. Kirkkohallitukselle vetovastuu valtakunnallisen työn toimivuudesta

Hengellinen elämä verkossa -hanke on luonut vuosien 2009–2012 välisenä aikana toimintamalleja valtakunnallisen verkkotyön hoitamiseksi kirkossa. Toimintamalleja on alustavasti hankeaikana luotu kirkon keskushallinnosta käsin, ja hankkeen siirtymäaika-
na 2013–2014 haetaan sopivia toimintamalleja tulevaisuudeksi. Kyselyn vastausten perusteella nähdään, että Kirkkohallituksesta johdettava valtakunnallisen verkkotyön kehittäminen ja koordinointi koetaan toimivana ja kannatettavana mallina myös tulevaisuudessa.

Kuvio 5.1. Vastaajien käsitys valtakunnallisen verkkotyön kehittämisen ja koordinoinnin vastuutahosta. (N= 869)

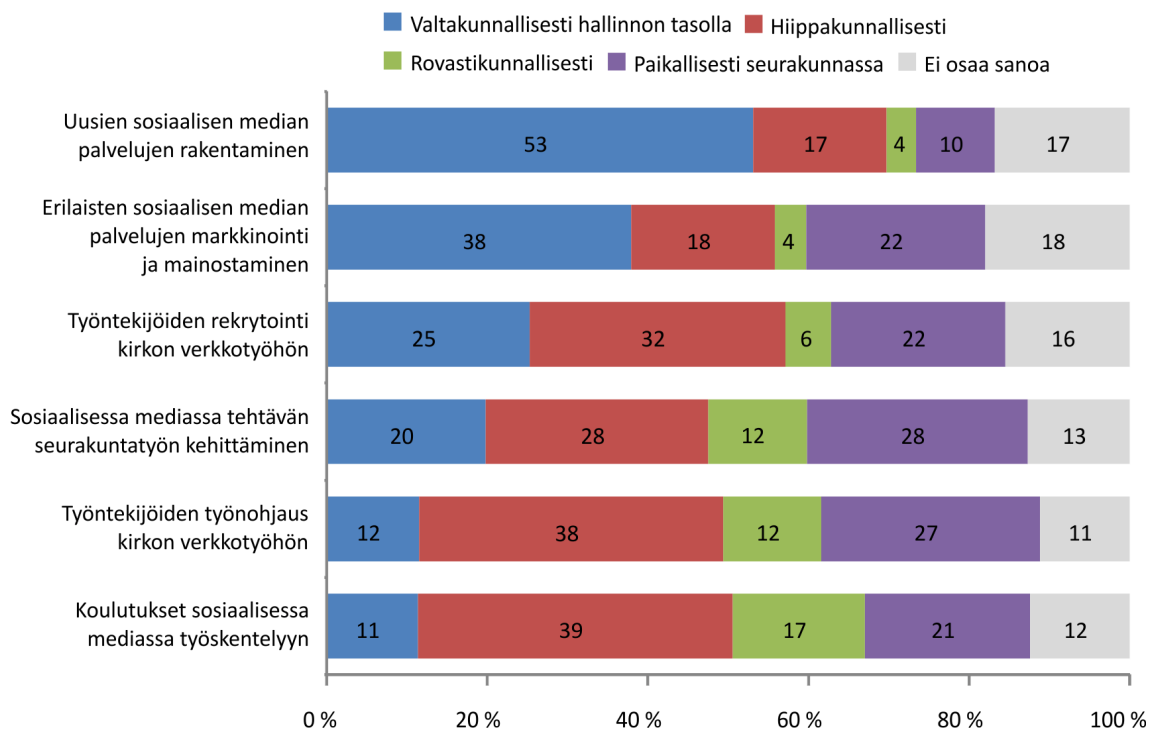


Toisena vaihtoehtona nähdään seurakuntien merkitys valtakunnallisen verkkotyön kehittämisessä ja koordinoinnissa. Vähemmän merkitystä annetaan tässä tehtävässä seurakuntayhtymille ja tuomiokapituleille. Muina vaihtoehtoina esitettiin useammassakin avovastauksessa yhteistyöelimen luomista, jossa yhdistyvät järjestöjen, alan ammattilaisten ja kirkollisen osaamisen voimat. Avoimissa vastauksissa korostettiin myös yksittäisten työntekijöiden vastuuta oman työnsä kehittämisessä.

5.2. Koulutusten hoitaminen järjestettävä hiippakunnallisesti

Rakenteellisesti työ sosiaalisessa mediassa on hoidettavissa kirkossa monella eri tavalla. Tehokkaimman rakenteen synnyttämiseksi on tarpeen olla käsitys siitä, miten kirkon työntekijät kokevat eri verkkotyön tasojen soveltuvan kirkolliseen organisaatioon ja hallintomalliin. Kyselyn perusteella voidaan sanoa, että uusien sosiaalisen median palvelujen rakentaminen toivotaan hoidettavan valtakunnallisella hallinnon tasolla, käytännössä Kirkkohallituksesta käsin. Uusia sosiaalisen median palveluja voivat olla yhteistyöhankkeet eri verkkopalveluiden kanssa kirkollisen kentän ulkopuolella (esim. Suomi24.fi -palvelu), mutta myös kirkon omat verkkoyhteisöt, kuten Lastenkirkko. Tähän mennessä toteutunut keskittynyt toimintatapa näyttää kyselyn perusteella olleen toimiva, ja samoin toivotaan toimittavan jatkossakin. Erilaisten sosiaalisen median palvelujen markkinointi ja mainostaminen toivotaan myös hoidettavan valtakunnallisesti hallinnon tasolla.

Kuvio 5.2. Käsitykset siitä, missä sosiaalisen median ja verkkotyön eri tehtäviä tulisi ensisijaisesti hoitaa. (N=891–898)



Koulutukset sosiaalisessa mediassa työskentelyyn toivotaan hoidettavan jatkossa hiippakunnallisesti tai rovastikunnallisesti. Samoin työntekijöiden työnohjaus nähdään onnistuvan parhaiten maantieteellisesti lähellä työskentelypaikkaa, hiippakunnallisesti tai paikallisesti seurakunnassa. Työntekijöiden rekrytoinnissa hiippakuntataso näyttäytyy toimivampana. Kun ihmisiä tunnetaan, heitä saatetaan myös helpommin kutsua perustyöstä poikkeaviin tehtäviin, joita valtakunnallisen verkkotyön parissa tulee jatkossakin olemaan. Sosiaalisessa mediassa tehtävän seurakuntatyön kehittäminen näyttää soveltu-

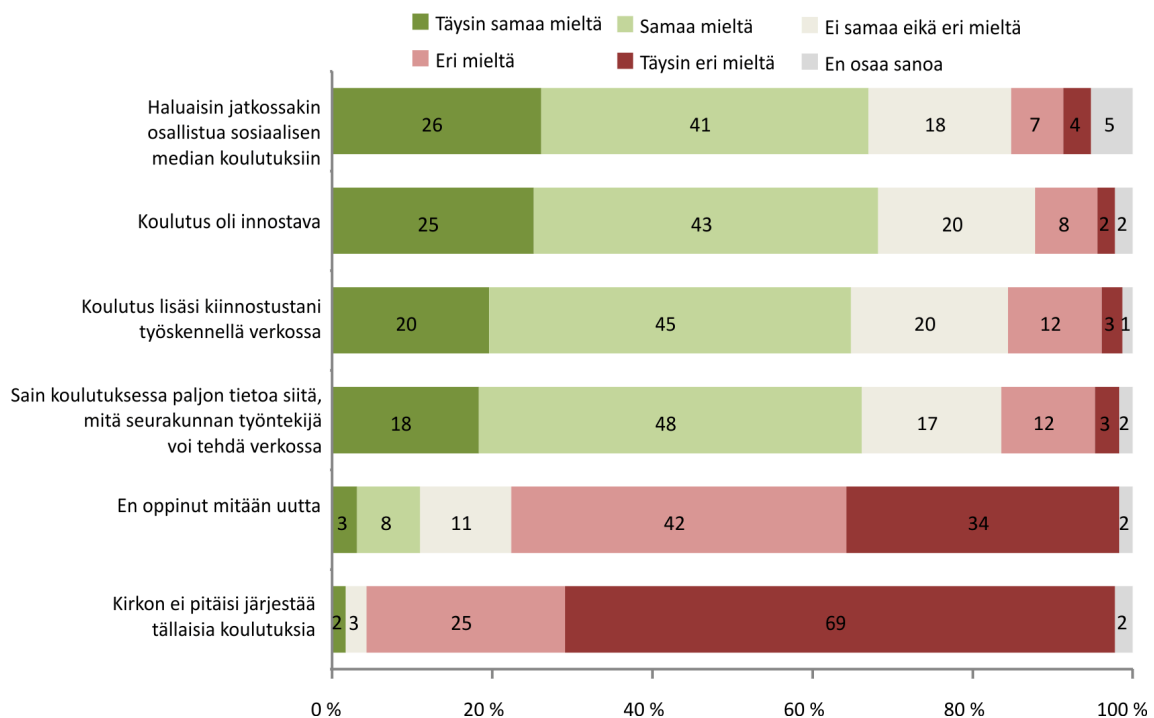
van parhaiten hiippakunta- ja seurakuntatasoille. Tulos on ymmärrettävä oman työn kehittämisen näkökulmasta: parhaita tuloksia pystytään saamaan, kun tiedetään, mitkä ovat työn realiteetit ja resurssit. Hengellinen elämä verkossa -hankkeessa kaikkea valtakunnallisen verkkotyötä on keskitetysti hoidettu valtakunnallisesti, johon työn taloudelliset resurssit on hankeaikana suunnattu. Tulevaisuudessa uusien toimintamallien luominen vaatii erityisesti taloudellisten resurssien suuntaamista hiippakuntiin ja sinne, missä verkkotyötä jatkossa kehitetään ja hoidetaan.

6. Kokemukset sosiaalisen median koulutuksista

6.1. Koulutukset tarpeellisia ja innostavia

Neljännes (25 %) kyselyyn vastanneista kertoi osallistuneensa johonkin sosiaalisen median koulutukseen. Luku on verrattain suuri, kun tarkastellaan kirkon työntekijöiden koulutusmääriä Hengellinen elämä verkossa -hankkeen tilastojen näkökulmasta. Hankkeen mukaan Hengellinen työ verkossa -koulutuksiin on osallistunut n. 10 % kirkon hengellisen työn tekijöistä. Aiheellisesti tämän kyselyn tulos on suurempi, sillä HTV-koulutuksien lisäksi työntekijät ovat voineet osallistua moniin muihin sosiaalisen median koulutuksiin, kuten NettiPappi-, NettiTupu-, 10 pistettä-, Suurella Sydämellä-, NettiSaapas-, VerkkoKirjoitus-, Perheet verkossa-, Sosiaalisen media ja viestintä-, Lastenkirkko-, Suomi24- sekä IRC-Gallerian chatkoulutuksiin. Prosenttiosuutta saattaa hieman myös nostaa koulutuksen käyneiden innokkuus vastata kyselyyn.

Kuvio 6.1. Vastaajien käsitykset saamastaan sosiaalisen median koulutuksesta (N=230)



Vastaajista 68 % piti käymäänsä koulutusta innostavana. 67 % vastaajista haluaisi jatkossakin osallistua sosiaalisen median koulutuksiin. 65 % vastaajista koki, että koulutus lisäsi kiinnostusta työskennellä sosiaalisessa mediassa. 66 % kertoi saaneensa koulutuksessa paljon tietoa siitä, mitä seurakunnan työntekijä voi tehdä verkossa. Vastaajista 11 % koki, ettei ollut oppinut koulutuksissa mitään uutta ja 94 % vastaajista oli eri mieltä siitä, että kirkon ei pitäisi järjestää tällaisia koulutuksia. Kirkon omat sosiaalisen median koulu-

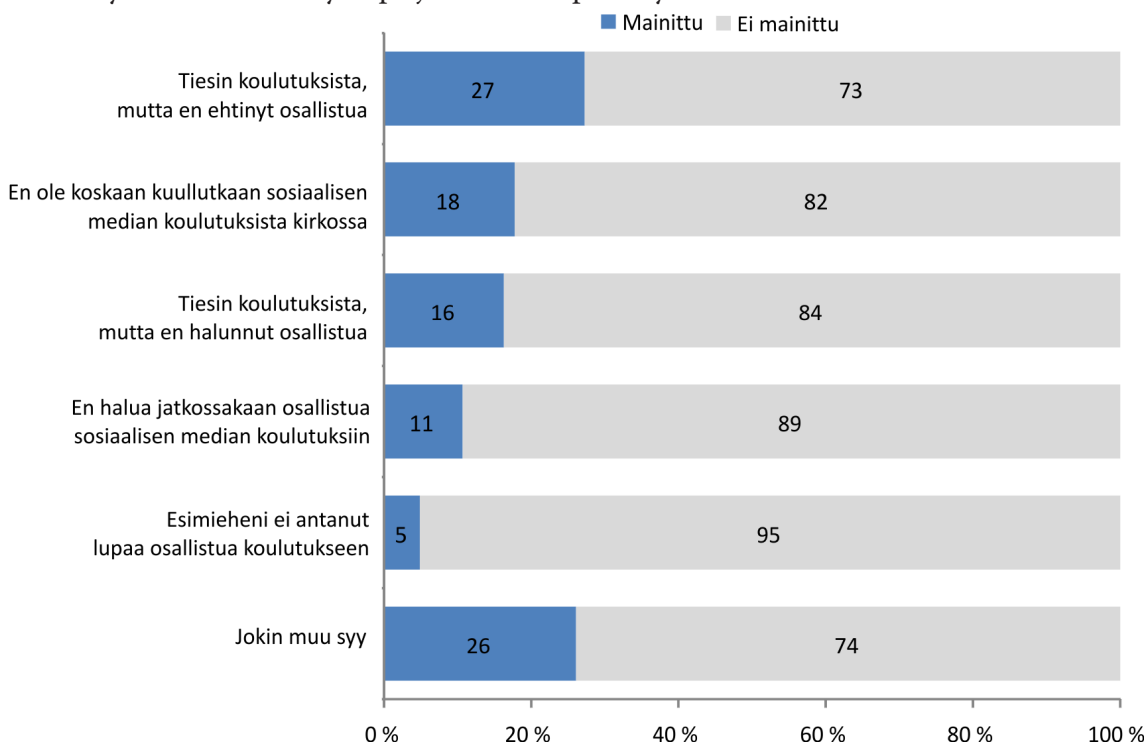
tukset koetaan siis pääosin myönteisenä, innostavana ja tarpeellisenä rakenteena uuden toimintaympäristön haltuunotossa.

6.2. Koulutusten haasteena toimiva markkinointi ja riittävät tavoitteet

Koulutuksiin ei aina kuitenkaan löytynyt aikaa (27 %) tai kiinnostusta (16 %). Noin viidennes vastaajista ei ollut koskaan kuullutkaan sosiaalisen median koulutuksista ja 11 % vastaajista ei halua jatkossakaan osallistua some-koulutuksiin. Viisi prosenttia kertoi, että esimies ei antanut lupaa osallistua.

Kuvio 6.2. Koulutukseen osallistumattomien vastaajien mainitsevat syyt osallistumattomuudelleen. (N= 675)

Muita syitä kerrottiin myös paljon. Niihin perehtyminen luo kuvaa siitä, mikä on läh-



tötaso työlle sosiaalisessa mediassa. Uusiin asioihin liittyy myös voimakkaista asenteita: ennakkoluuloja, käsityksiä, kokemuksia ja näkemyksiä, jotka ansaitsevat tulla kuulluksi. Ne kertovat enemmän vastaajien asenteista kuin tässä tapauksessa koulutuksista, joihin ei ollut osallistuttu. Siksi ne ovat myös merkittäviä informaation lähteitä siitä, mitä kirkossa tulisi tehdä, jotta uudenlainen toimintaympäristö tulisi otetuksi huomioon seurakuntatyön todellisuudessa.

Suurin haaste suhteessa koulutuksiin liittyy koulutusten markkinointiin ja tavoitteiden kertomiseen. Työntekijöistä monet kokivat, että heillä on jo valmiiksi riittävät valmiudet tehdä töitä verkossa, eikä Kirkkohallituksen tarjoama koulutus kyennyt tarjo-

amaan riittävän haastavia tavoitteita uuden oppimisen suhteen, jotta koulutukseen osallistuminen olisi tuntunut mielekkäältä. Tarjotut kurssit on koettu alkeiskursseina, ja motivaatio niihin lähtemiseen on ollut matala, jos tietoja ja taitoja on ollut jo ennestäänkin sosiaalisesta mediasta. Kyselyn kokonaistuloksen huomioon ottaen alkeiskursseina koetut koulutukset ovat kuitenkin palvelleet suurinta osaa työntekijöistä juuri siitä syystä, että on voitu lähteä perusasioista koskien omaa työtä sosiaalisessa mediassa. On myös huomioitava, että vaikka henkilöllä olisi riittävät valmiudet toimia sosiaalisessa mediassa yksityisesti, näin ei välttämättä ole työasioiden kohdalla. Jatkossa tulisi panostaa siihen, että koulutusten antia ja tavoitteita valotettaisiin sitä kautta, mitä hyötyjä ja valmiuksia se tarjoaa juuri työn tekemisen näkökulmasta. Yhteinen koulutus pohja kirkon työssä toimiville sosiaalisen median työläisille on tärkeää erityisesti siksi, että työssä voitaisiin sitoutua yhteisiin tavoitteisiin ja päämääriin, jotka luovat sosiaalisessa mediassa kuvaa keskustelusta, samaan suuntaan katsovasta kirkosta.

Vastauksissa näkyi jossain määrin vähättelevä tai vastustava asenne verkkotyön merkitystä kohtaan verrattuna kasvokkain tehtävään työhön. Uudenlainen toimintaympäristö edellyttää paljon uuden oppimista ja opettelua. Uuden oppiminen haastaa ihmisen aikaisemmat toimintamallit ja siksi muutos ei synny kivuita. Uuden oppiminen syntyy ristiriidasta, kun aiempi tieto- ja taitovaranto ei kykene sovittamaan uutta tilannetta yhteen aiemman kanssa.⁴ Voimakas vastustus herättää ajattelemaan verkkotyöhön asennoitumista oppimisen eri vaiheiden kautta. Voimakas vastustus kertoo prosessista, jossa ihminen on suhteessa uuteen asiaan. Välinpitämättömyys, joka kyselyssä näkyy lähinnä vastaamattomuutena, taas kertoo enemmän asian merkityksettömyydestä vastaajalle. Sosiaalisen median koulutusten kautta kirkossa on avautunut työntekijöille oppimisprosessi, jossa uutta toimintaympäristöä asetellaan osaksi olemassa olevaa prosessia. Vastustus kuuluu olennaisena osana tähän prosessiin, ohjaa sitä ja auttaa tarkistamaan suuntaa. Siksi vastustavan äänen kuuleminen on myös tärkeää.

6.3. Työn tueksi kaivataan tasoryhmiä ja pelisääntöjä

Hengellinen työ verkossa -koulutukset päättyivät vuonna 2012. Työ sosiaalisessa mediassa kuitenkin jatkuu kirkossa, ja työntekijöille on tarpeen järjestää koulutuksia myös jatkossa. Kyselyn perusteella vastaajat toivovat eniten kohdennettuja koulutuksia eri työntekijäryhmille (56 %). Kirkon toimintarakenteet perustuvat työaloille, joiden puitteissa toteutetaan seurakuntatyötä. Hengellinen työ verkossa -koulutukset ovat olleet kirkon puitteissa erikoisuus siitä syystä, että samaan koulutukseen on voinut osallistua työntekijöitä laajasti

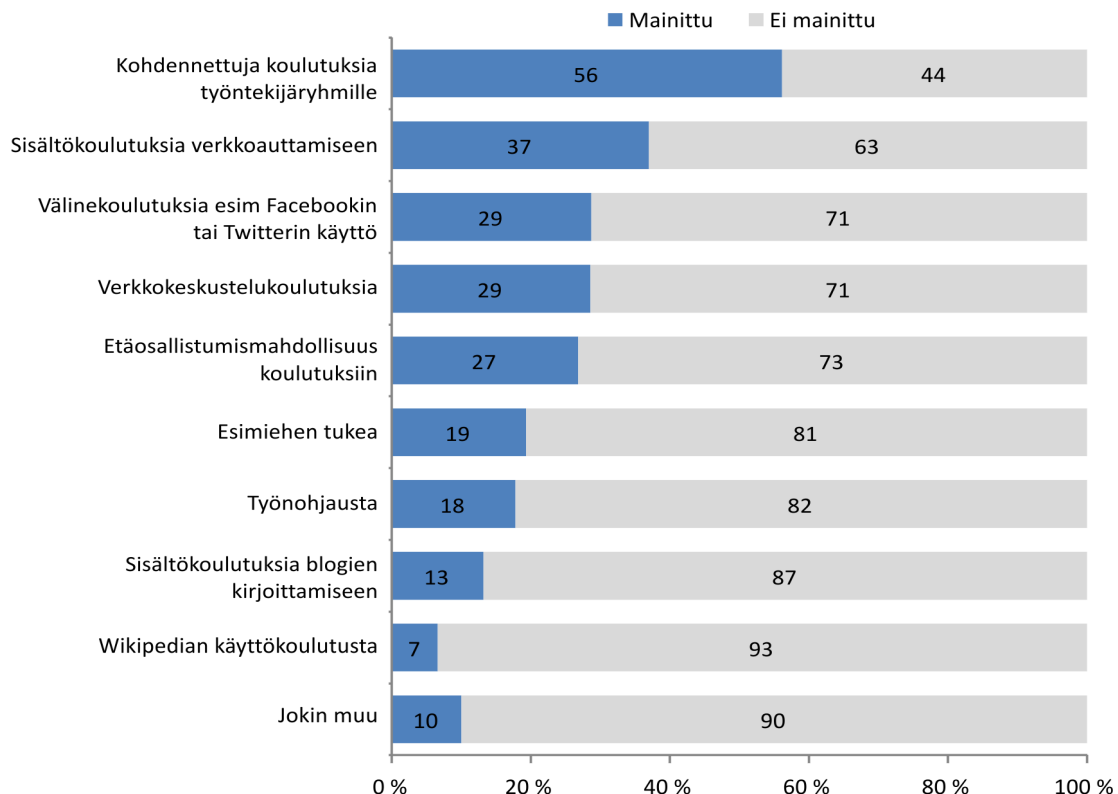
4 Pruuki 2008, 18.

eri työaloilta. Rakenteissa työaloihin jakautuminen näyttää olevan vahvaa, ja sosiaalisen median koulutusten toivotaan jatkossa vahvistavan tätä työalakohtaista ajattelua.

Seuraavaksi eniten kaivattiin sisältökoulutuksia verkkoauttamiseen (37 %). Myös muualla kyselyssä, erityisesti avovastauksissa, verkkoauttamisen merkitys nähtiin suurena muun kohtaavan työn rinnalla, ja sitä ei aina pidetty sosiaalisen median työhön kuuluvana työmuotona. Sisällöllisesti verkkoauttaminen onkin ilmeinen työmuoto, johon kirkon työntekijöiden on helppo asennoitua, onhan diakoninen työ kirkon työmuotona selkeä ja perusteltu.

Seuraavaksi eniten toivotaan koulutuksia erilaisiin sosiaalisen median välineisiin esimerkiksi Facebookissa ja Twitterissä (29 %) sekä verkkokeskustelukoulutuksia (29 %). Välineinä kyseiset palvelut saattavat olla tuttuja, mutta niiden työkäyttö herättää kysymyksiä. Lisäksi verkkokeskustelut ovat työmuotona vaativia ja asiantuntijuutta kaipaavia. Verkkokeskustelut työympäristönä ovat raskaita ja aikaa vieviä. Lisäksi tukea kaivataan siihen, että koulutuksiin olisi mahdollisuutta osallistua pitkienkin välimatkojen päästä. Etäosallistumismahdollisuus (27 %), esimiehen tuki (19 %) ja työnohjausmahdollisuus (18 %) tukevat verkkotyössä uuden oppimista ja uuteen toimintaympäristöön siirtymistä. Sisältökoulutukset blogien kirjoittamiseen (13 %) ja Wikipedian käyttökoulutus (7 %) saivat myös kannatusta.

Kuvio 6.3. Sosiaalisessa mediassa työskentelyyn kaivattu tuki (N=787)



Koulutusten järjestämistä haastaa myös työntekijöiden suuri määrä, valtakunnallisuus ja erilaiset osaamistasot. Samalla ne mahdollistavat erilaisten koulutuskokonaisuuksien luomisen. Avoimien vastausten perusteella koulutustarjontaan kaivattaisiin tasoryhmiä: perustiedot omaaville kaivattiin laajempaa, syventävää ja soveltavaa koulutusta. Myös peruskoulutusta sosiaalisen median työn aloittamiseen tarvitaan edelleen. Lisäksi kaivataan mahdollisuuksia tehdä uudenlaista työtä: aikaa, välineresursseja sekä palkan tarkistusta työn vaativuuden mukaan.

Verkkotyön tueksi kaivattiin kyselyn tekohetkellä myös yhteisiä pelisääntöjä kirkon työntekijöille.

Odotan yhteisiä pelisääntöjen valmistumista. Selkeää tietoa, miten tietoturvaan ja yksityisyyteen liittyviä asioita kirkossa linjataan. Mitä alustoja luvallista käyttää, mitä ei. Miten organisoidaan nyt luodut valtakunnalliset palvelut tilanteessa, jossa paikallisseurakuntien resurssit ovat rajallisia. Tulevaisuus: Tehdään laatua ja valikoiden, määrällisesti vähemmän, selkeästi organisoidusti ja aikaa seuraten.

Keväällä 2012 valmistuivat kirkon sosiaalisen median suuntaviivat, jotka pitävät sisällään yhteisöllisesti Crowdsourcing-menetelmällä luodut pelisäännöt verkkotyöhön. Crowdsourcing on yhteisosallistumiseen ja talkoistamiseen viittaava menetelmä, jossa luodaan uutta yhteisöllisesti. Kirkossa tämä tarkoitti kolmen sosiaalisen median seminaarin järjestämistä, johon pyydettiin seurakuntien työntekijöitä osallistumaan yhdessä tekemiseen ja pelisääntöjen pohtimiseen. Kolmen seminaarin aikana luotiin pelisäännöt verkkoalustalle, jossa niitä pääsi kaikki kirkon työntekijät kommentoimaan ja täydentämään. Pelisäännöissä luotiin suosituksia ja ohjeita verkkoläsnäölle kohtaamisen näkökulmasta. Siinä etsittiin myös toimintatapoja yksityisyyden ja julkisuuden hallitsemiseksi, asiantuntijuuden vahvistamiseksi verkossa sekä työyhteisön vuorovaikutuksen parantamiseksi silloin, kun verkkotyöstä on tulossa osa seurakuntatyötä.⁵ Vastaajien kertoman perusteella ilmeni tarve tulla ylhäältä päin ohjeistetuksi verkkotyöhön. On totta, että muutoksessa tarvitaan johtajuutta ja selkeyttä siinä, mihin suuntaan organisaationa ollaan menossa. Hengellinen elämä verkossa -hankkeen toimintastrategiana on kuitenkin ollut myös se, että työntekijöitä itseään osallistetaan uuden luomiseen. Muutoksen mahdollistaminen alhaalta käsin synnyttää toimivamman kokonaisuuden, sillä tällöin jokainen pääsee osaksi toimintaympäristön muutosprosessia.

Työntekijöiden keskuudessa on vahva ymmärrys siitä, että kirkon työntekijöille tarjottava koulutus on kirkon järjestämää. Yhdessäkään vastauksessa koskien koulutustarjontaa ei sivuttu mahdollisuutta osallistua kirkon ulkopuolisten tahojen järjestämiin koulutuksiin, vaikka niitä on tarjolla paljon. Jatkossa olisi syytä pohtia, olisiko mahdollista

5 Some suuntaviivat 2012.

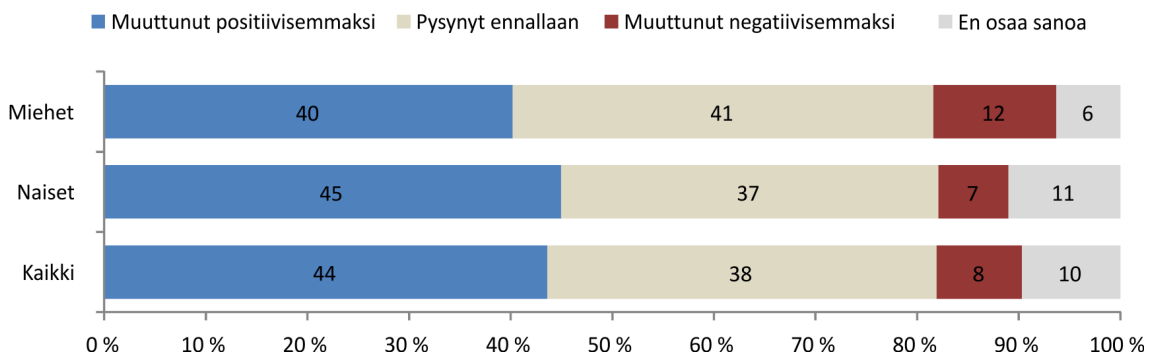
laajentaa koulutustarjontaa myös kirkon ulkopuolisten tahojen järjestämiin koulutuksiin, sillä tuolloin myös kirkon verkkotyö alati muuttuvana toimintaympäristönä saa tuuletusta ja uusia näkökulmia, mikä on olennaista niin työn sisältöjen kuin sen vaativuudenkin suhteen.

7. Asenteet verkkotyötä kohtaan

7.1 Asenteet muuttuneet positiivisemmiksi

Hengellinen elämä verkossa -hankkeeseen on kuulunut hankeaikana vaikuttamistyö myös asennetasolla. Asenteet sosiaalisessa mediassa tehtävää työtä kohtaan ovat hankeaikana olleet muutoksessa yhtä aikaa yhteiskunnassa tapahtuvan mediamurroksen ja sosiaalimedioitumisen kanssa. Kyselyn mukaan vajaa puolet sekä miehistä, että naisista koki, että suhtautuminen sosiaaliseen mediaan on muuttunut viime vuosina positiivisemmaksi. Naiset kokivat muutoksen hieman suurempana positiiviseen suuntaan, kun taas miesten kohdalla suhtautuminen oli muuttunut negatiivisemmaksi hieman useammin kuin naisilla.

Kuvio 7.1. Muutokset suhtautumisessa sosiaaliseen mediaan (N=916).

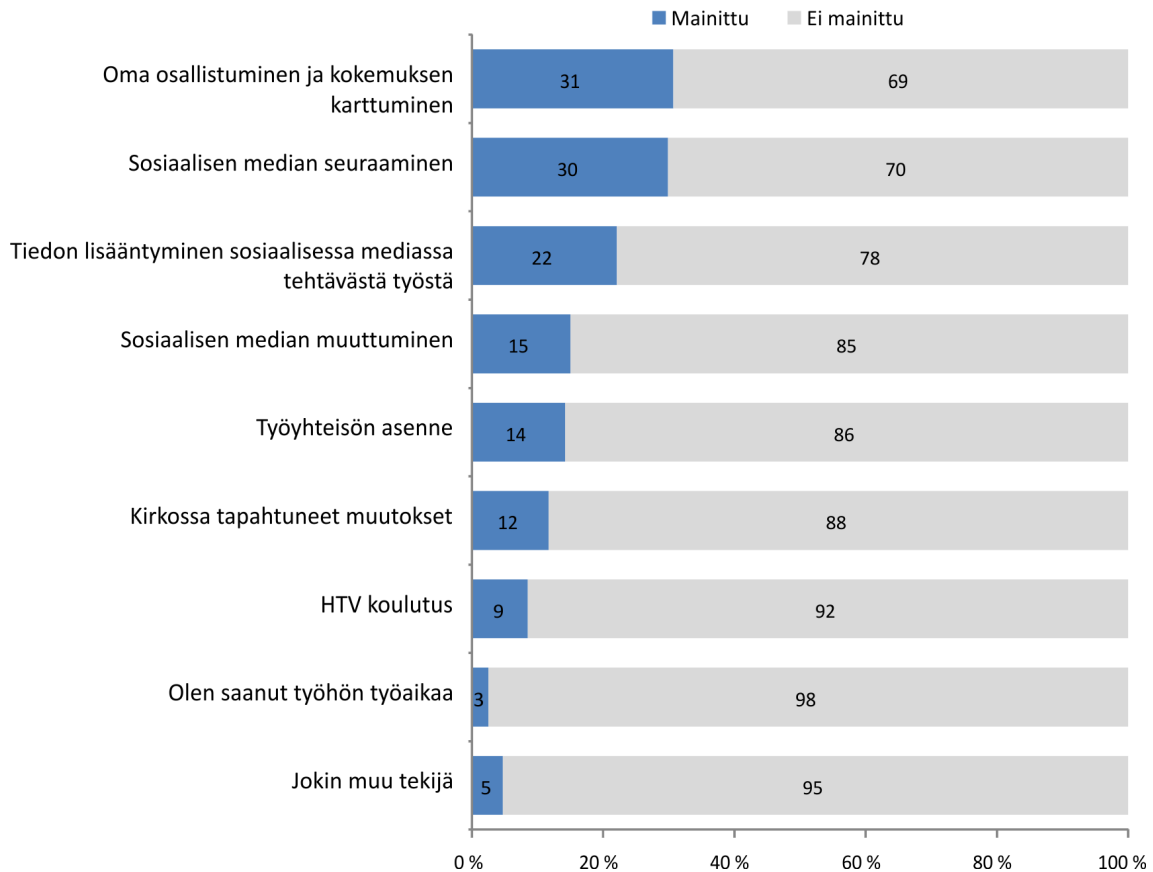


Suurin tekijä asenteiden muuttumiseen suuntaan tai toiseen oli oma osallistuminen ja kokemuksen karttuminen (31 %). Lähes yhtä paljon merkitystä annettiin sosiaalisen median seuraamiselle (30 %). Kun tarkastellaan tekijöitä, jotka vaikuttivat asenteiden muuttumiseksi positiiviseen suuntaan, nämä samat tekijät löytyvät sieltäkin kärkisijoilta. Kyselyn perusteella näyttää siltä, että sosiaalinen media itsessään muuttaa asenteita voimakkaammin kuin se työ, jota tehdään asenteiden muuttamiseksi. Mukaan meneminen ja ilmiön seuraaminen mahdollistaa tehokkaasti ajattelun kehittymistä uuden toimintaympäristön suhteen.

Myös tiedon lisääntyminen sosiaalisessa mediassa tehtävästä työstä vaikutti asenteisiin (22 %). Muita tekijöitä olivat sosiaalisen median muuttuminen (15 %), työyhteisön asenne (14 %), Kirkossa tapahtuneet muutokset (12 %), HTV-koulutus (9 %) sekä työajan lisääntyminen sosiaalisessa mediassa tehtävään työhön (3 %). Huomionarvoista on, että koulutusten merkitys asennemuutokseen oli verrattain pieni (9 %). Syynä voi olla koulutusten sisällön painottuminen sosiaalisen median perusasioihin asennemuok-

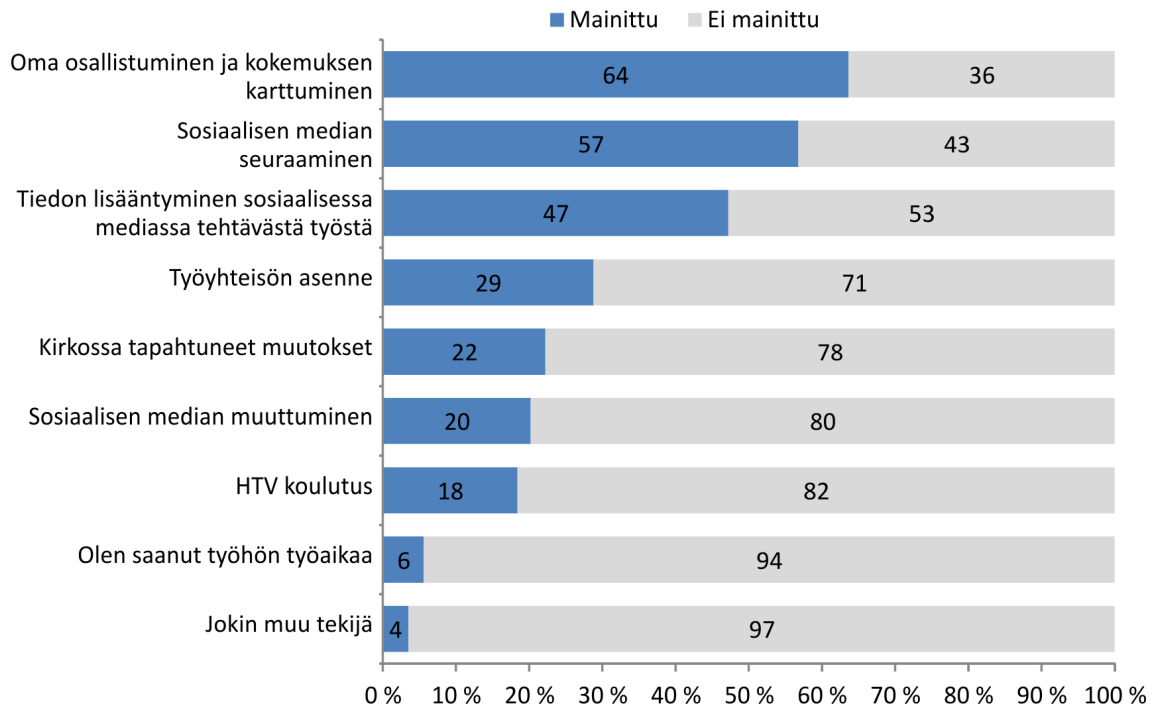
kauksen sijaan, mutta myös se, että vain pieni osa vastaajista on käynyt nimenomaisen HTV-koulutuksen.

Kuvio 7.2. Asennemuutokseen vaikuttaneet tekijät (N=916)



Koulutusten merkitys asennemuutoksessa positiiviseen suuntaan on samoin pienempi, kuin laajemmassa kontekstissa tapahtuneet muutokset (sosiaalisen median ja kirkon muutos). Oma osallistuminen ja kokemuksen karttuminen sekä somen seuraaminen olivat suurimpia positiiviseen muutokseen vaikuttaneita tekijöitä.

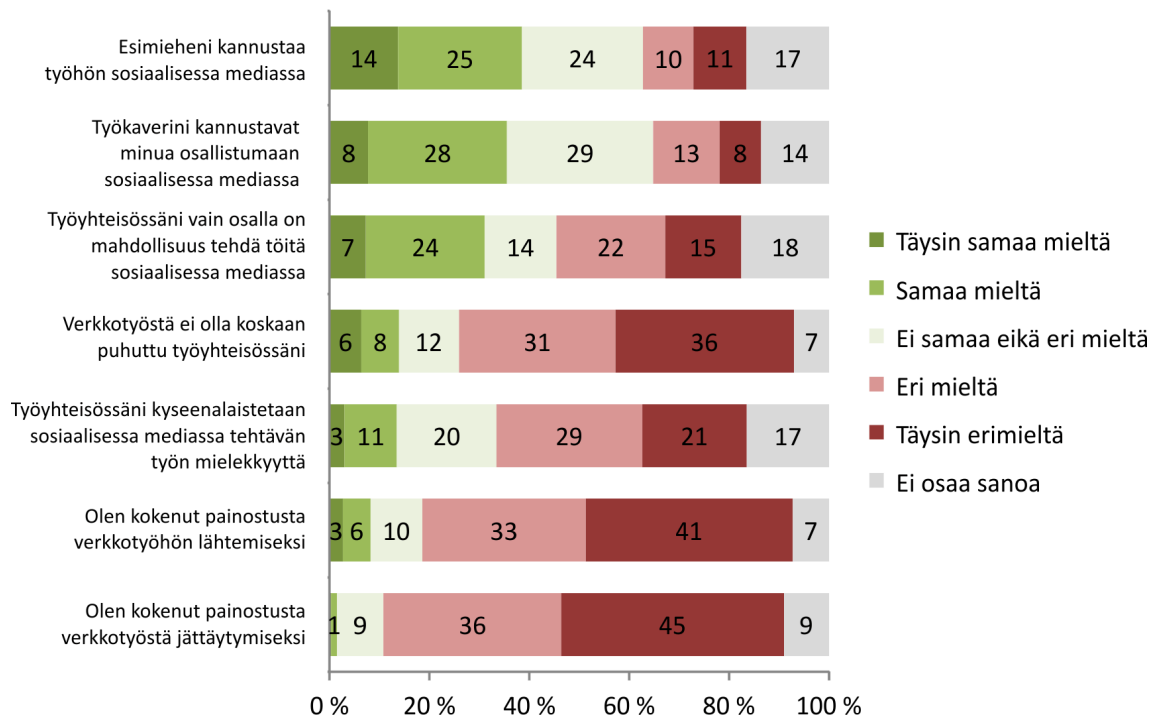
Kuvio 7.3. Positiiviseen asenteenmuutokseen vaikuttaneet tekijät. (N= 396)



Asennemuutos positiiviseen suuntaan on tapahtunut myös oman lapsen sosiaalisen median käytön seuraamisen myötä. Vaikutusta on ollut myös muulla omalla osallistumisella, kuten oman blogin kirjoittamisella ja seurakuntalaisten tarpeiden kuuntelulla. Nämä tekijät vahvistavat tulkinnan siitä, että sosiaalinen media muuttaa asenteita voimakkaammin kuin se työ, jota asenteiden muuttamiseksi tehdään. Tekijöitä muutokselle negatiiviseen suuntaan mainitaan muun muassa käsitys sosiaalisesta mediasta yksiulotteisena, rajuna, yksityisyyttä uhkaavana, persoonattomana sekä kyseenalaisena tietoturvan kannalta. Edellä mainitut tekijät liittyvät sosiaalisen median olemukseen, eivät niinkään siihen työhön, jota kirkossa on tehty asenteiden muuttamiseksi. Uuteen liittyy aina ennakkoluuloja ja mahdolliset uhat saattavat nousta mahdollisuuksia vahvemmiksi. Uhkista on kuitenkin mahdollista päästä eteenpäin opettelemalla sosiaalisen median oikeanlainen työkäyttö.

7.2. Työyhteisöstä tukea

Kuvio 7.4. Käsitykset työyhteisön suhtautumisesta verkkotyöhön. (N=882–895)



Sosiaalisen median myötä tapahtuvassa toimintaympäristön muutoksessa ympäröivällä työyhteisöllä on tapahtuvaan muutokseen iso merkitys. Positiivisen tuen ja kannustavan ilmapiirin vallitessa on helpompaa tehdä päätöksiä yhteisestä suunnasta, sekä käydä työnjaollisia ja organisoitumiseen liittyviä keskusteluja työyhteisön sisällä. Kysymyksessä karotoitettiin työyhteisöjen asenteita verkkotyöhön. Hieman yli kolmannes vastaajista koki, että sekä esimies että työkaverit kannustavat työhön sosiaalisessa mediassa. Noin viidenes vastaajista puolestaan koki, että kannustusta ei esimieheltä eikä työkavereilta ole ollut saatavissa.

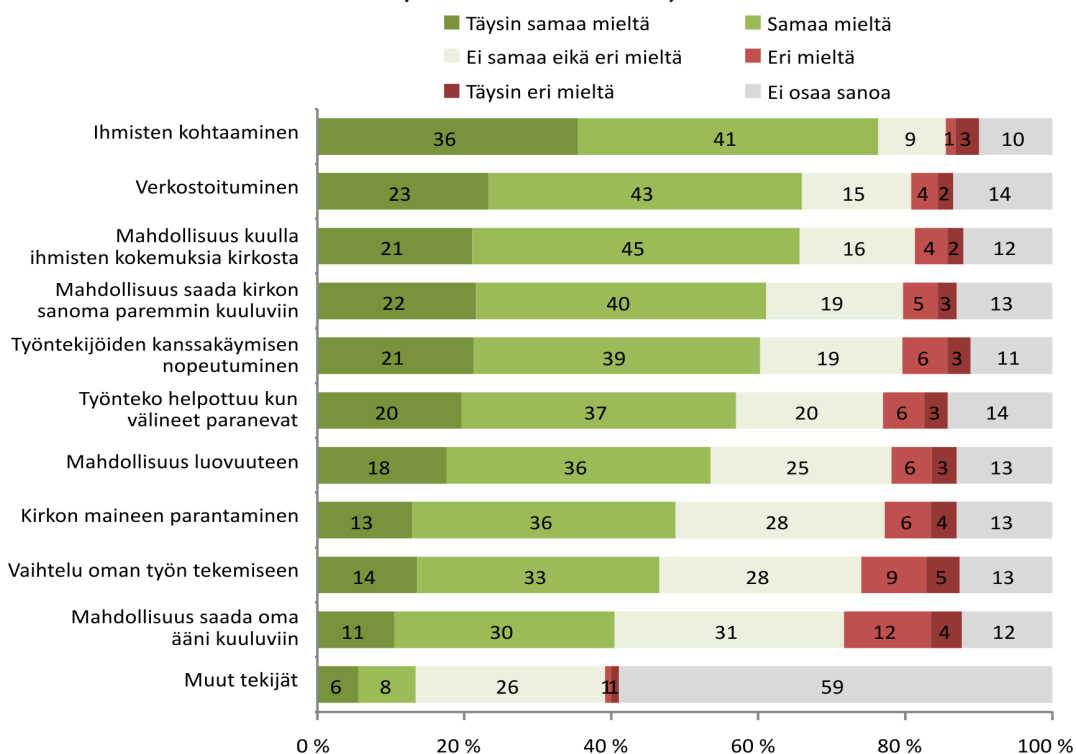
67 % vastasi kieltävästi väittämään siitä, että verkkotyöstä ei ole koskaan puhuttu työyhteisössä. Vastaajista 14 % koki näin olevan, mikä kertoo siitä, että sosiaalinen media ei vielä kaikkialla ole olemassa edes keskustelujen tasolla. Sosiaalisessa mediassa tehtävän työn mielekkyyttä on kyseenalaistettu 14 prosentin vastaajien mukaan, mikä voi olla hyvinkin asia työn suunnittelun ja resurssoinnin kannalta. Painostusta työhön lähtemiseksi tai työstä pois jättäytymiseksi ei juuri ole koettu. Kuitenkin sitä on hieman enemmän koettu (9 %) työhön lähtemiseksi.

7.3. Ihmisten kohtaaminen motivoi työhön

Ihmisten kohtaaminen heidän elämässään ja arjessaan on kirkon työn perussisältöä. Näin näyttää olevan myös työssä sosiaalisessa mediassa. Eniten motivoivaksi tekijäksi kyselyn mukaan kohosi juuri ihmisten kohtaaminen (77 %). Lisäksi verkostoituminen nähtiin motivoivana (66 %) sekä se, että sosiaalisessa mediassa on mahdollisuus kuulla ihmisten kokemuksia kirkosta (66 %). Kyselyn kolme eniten motivoivaa tekijää sosiaalisen median työssä kertoo siitä, että työ mielletään vahvasti ihmisiin suuntautuvaksi työksi, jossa oma osallistuminen kirkon työntekijänä nähdään olevan osa ihmisten verkostoa. Vasta näiden tasaveroiseen, kuuntelemaan, läsnäoloon perustuvan motivaatiotekijöiden jälkeen tulee tekijöitä, joissa sisältönä on muu kuin ihmisten tarpeista nouseva toiminta.

Uudenlaisessa työssä tärkeää on se, että työntekijät kokevat työn sisällön sopivan osaksi oman työnsä arvopohjaa ja sisältökokonaisuutta. Seuraavaksi eniten motivoivina kokonaisuuksina nähtiin kirkon asian esillä pitäminen (mahdollisuus saada kirkon sanoma paremmin kuuluviin 62 %, kirkon maineen parantaminen 49 %), omasta työstä nousevat motivaatiotekijät (työntekijöiden kanssakäymisen nopeutuminen 60 %, työnteko helpottuu, kun välineet paranevat 57 %, vaihtelu oman työn tekemiseen 47 %) sekä omasta itsestä nousevat motivaatiotekijät (mahdollisuus luovuuteen 54 %). Vähiten motivoivana nähtiin mahdollisuus saada oma ääni kuuluviin. Kyselyn perusteella voidaan siis sanoa, että työ koetaan yhteisvastuullisena. Kirkon työntekijä on sosiaalisessa mediassa-kin osa suurempaa kokonaisuutta, ja tavoitteena on oman näkemyksen esiin tuomisen sijaan kuunnella ja kohdata ihmisiä.

Kuvio 7.5. Sosiaalisen median käyttöön motivoivat tekijät (N=629–877)



8. Vuorovaikutus ja kohtaaminen ytimessä

8.1. Reaktiivista vai proaktiivista läsnäoloa?

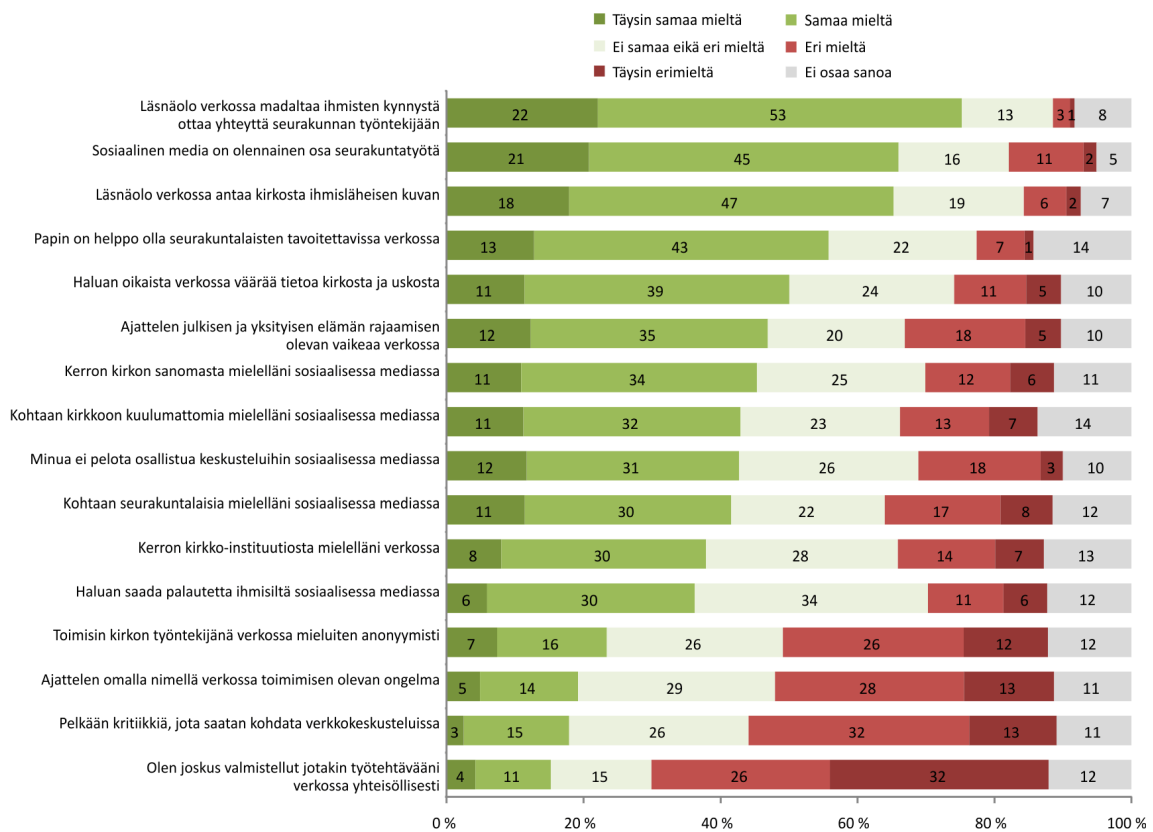
Mitä vuorovaikutuksella verkossa sitten kirkon työssä ymmärretään? Kysymyksessä kartoitettiin kirkon työntekijöiden suhtautumista verkossa tapahtuvaan vuorovaikutukseen. Vastausten perusteella näyttää siltä, että jo passiivisella läsnä olemisella, tavoitettavissa olemisella on merkityksensä verkossa. 66 % vastaajista ajatteli, että sosiaalinen media kuuluu osaksi seurakuntatyötä. Vastaajista 75 % koki verkkoläsnäolon madaltavan kynnystä ottaa yhteyttä seurakunnan työntekijään. Valtaosa (65 %) vastaajista ajatteli myös, että läsnäolo verkossa antaa kirkosta ihmisläheisen kuvan. Vastaajista 56 % koki, että papin on helppo olla seurakuntalaisten tavoitettavissa verkossa. Tulokset kertovat siitä, että asennetasolla kirkon passiiviseen verkkoläsnäoloon suhtaudutaan pääosin myönteisesti työntekijöiden keskuudessa. Kirkon ollessa näkyvillä, ihmisten on helppo lähestyä ja ottaa yhteyttä.

Toiminta verkossa on muuttuvaa ja epävarmuutta seuraaviin tehtäviin esiintyy jonkin verran. Väittämään ”Haluan oikaista verkossa väärää tietoa kirkosta ja uskosta” 50 prosenttia vastaajista oli täysin samaa mieltä tai samaa mieltä. Aloituksiin vastaaminen on reaktiivista toimintaa. Reaktiivisesta toimintatavasta kertoo myös se, että työntekijän itsensä tulee sopeutua olemassa oleviin rakenteisiin, kun taas proaktiivinen eli ennakoiva toimintatapa lähtee työntekijän omasta halusta muuttaa ja asettua osaksi toimintaympäristöä luoden sitä myös itse.

Proaktiiviset työmuodot jäivät vastausten perusteella listan häntäpäähän. Sekä seurakuntalaisten, että kirkkoon kuulumattomien kohtaaminen sosiaalisessa mediassa oli suurimmalle osalle epävarma tai epämieliekäs tapa toimia. Kirkon sanomasta ja kirkko-instituutiosta kertominen koettiin jokseenkin mielekkäänä. Sanomasta kertominen koettiin mielekkäämpänä kuin instituutiosta kertominen. 15 % vastaajista on joskus valmistellut jotakin työtehtävää verkossa yhteisöllisesti.

Tunnetasolla verkkokeskusteluihin osallistuminen koettiin osittain pelottavana (21 %) ja 18 % vastaajista pelkää saavansa kritiikkiä verkkokeskusteluissa. Vastaajista 36 % haluaa saada palautetta ihmisiltä sosiaalisessa mediassa. Suhtautuminen verkon julkisuuteen vaihteli seuraavanlaisesti: 47 % vastaajista koki, että julkisen ja yksityisen elämän rajaaminen on verkossa vaikeaa. Vastaajista 23 % haluaisi toimia verkossa mieluiten anonyymisti eli ilman nimeä ja 19 % ajatteli omalla nimellä toimimisen olevan ongelma. Pääasiassa verkon julkisuuteen suhtaudutaan siis myönteisesti tai varovaisen myönteisesti. Kirkon työntekijät ovat valmiita toimimaan verkossa omana itsenään, omalla nimellä, kunhan osaaminen on muuten hallinnassa.

Kuvio 8.1. Suhtautuminen verkossa tapahtuvaan vuorovaikutukseen. (N= 880)



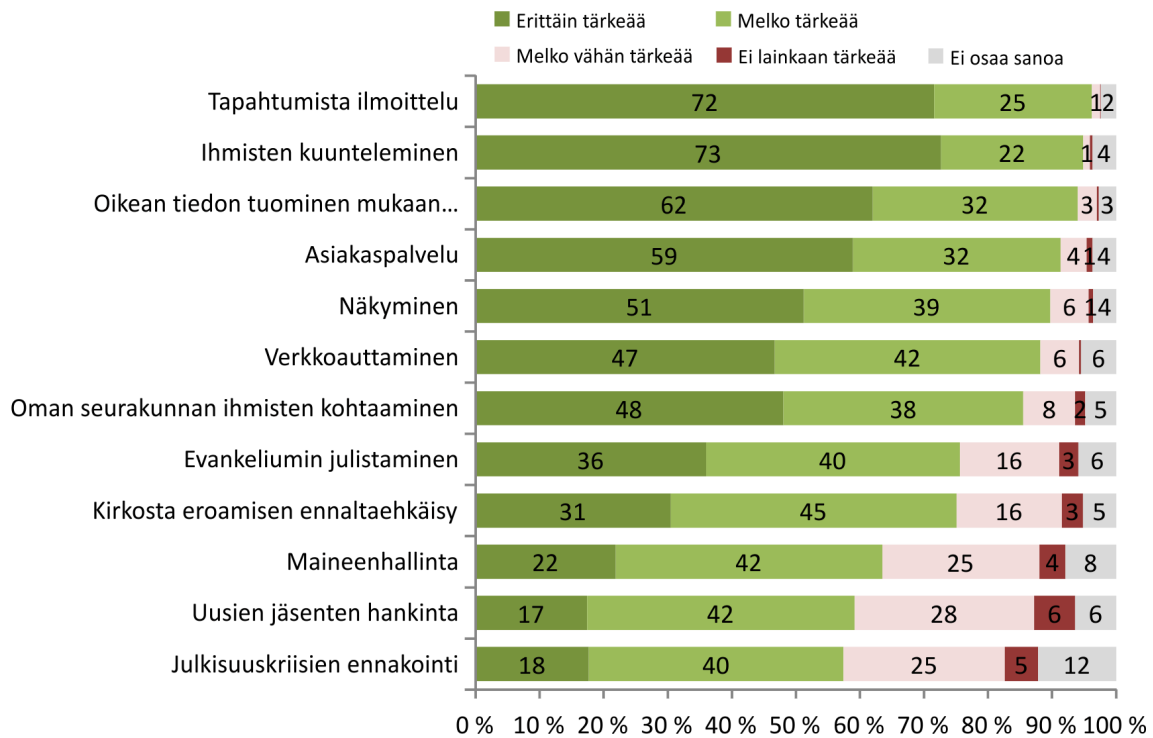
8.2. Tapahtumailmoittelua ja julkista vaikuttamistyötä

Verkkotyössä tärkeimpinä pidettyihin asioihin lukeutuvat reaktiiviseen toimintatapaan lukeutuvat asiat. Proaktiiviselle, ennakointia vaativalle työlle ei vielä näytä olevan sijaa, vaikka se on kirkon verkkotyön strategisella perustalla erityisen tärkeä asia. Kirkon verkkotyössä tärkeimpänä nähtiin tapahtumista ilmoittelu. Lähes kaikki vastaajat pitivät sitä erittäin tai melko tärkeänä. Toiseksi tärkeimpänä pidettiin ihmisten kuuntelemista ja kolmanneksi tärkeimpänä oikean tiedon tuomista mukaan keskusteluihin. Asiakaspalvelua, näkymistä ja verkkoauttamista pidettiin edellisten lisäksi lähes yksinomaan tärkeinä (erittäin tärkeä, melko tärkeä ja melko vähän tärkeä).

Perinteiseen seurakuntatyöhön lukeutuvat asiat, kuten oman seurakunnan ihmisten kohtaaminen ja evankeliumin julistaminen koettiin melko tärkeiksi asioiksi myös verkossa. Niissä kuitenkin esiintyi enemmän epävarmuutta samoin kuin kirkon julkisuus- ja vaikuttamistyön piiriin lukeutuvissa tehtävissä. Kirkosta eroamisen ennaltaehkäisy, maineenhallinta, uusien jäsenten hankinta sekä julkisuus-kriisien ennakointi koettiin vähiten tärkeiksi. Kuitenkin valtaosa piti näitäkin melko tai erittäin tärkeinä. Tulos voi kertoa siitä, että julkisuus- ja vaikuttamistyö voivat seurakuntatodellisuudessa olla melko vieraita tehtäviä. Jotta kirkko voisi jatkossakin toimia osana yhteiskuntaa arvovaikuttajana

ja jopa suunnannäyttäjänä, sen tulee kuitenkin panostaa myös näihin julkisiin vaikuttamistoimiin niin paikallisseurakunnissa kuin valtakunnallisellakin tasolla.

Kuvio 8.2. Kirkon verkkotyössä tärkeinä pidetyt asiat (N= 893)

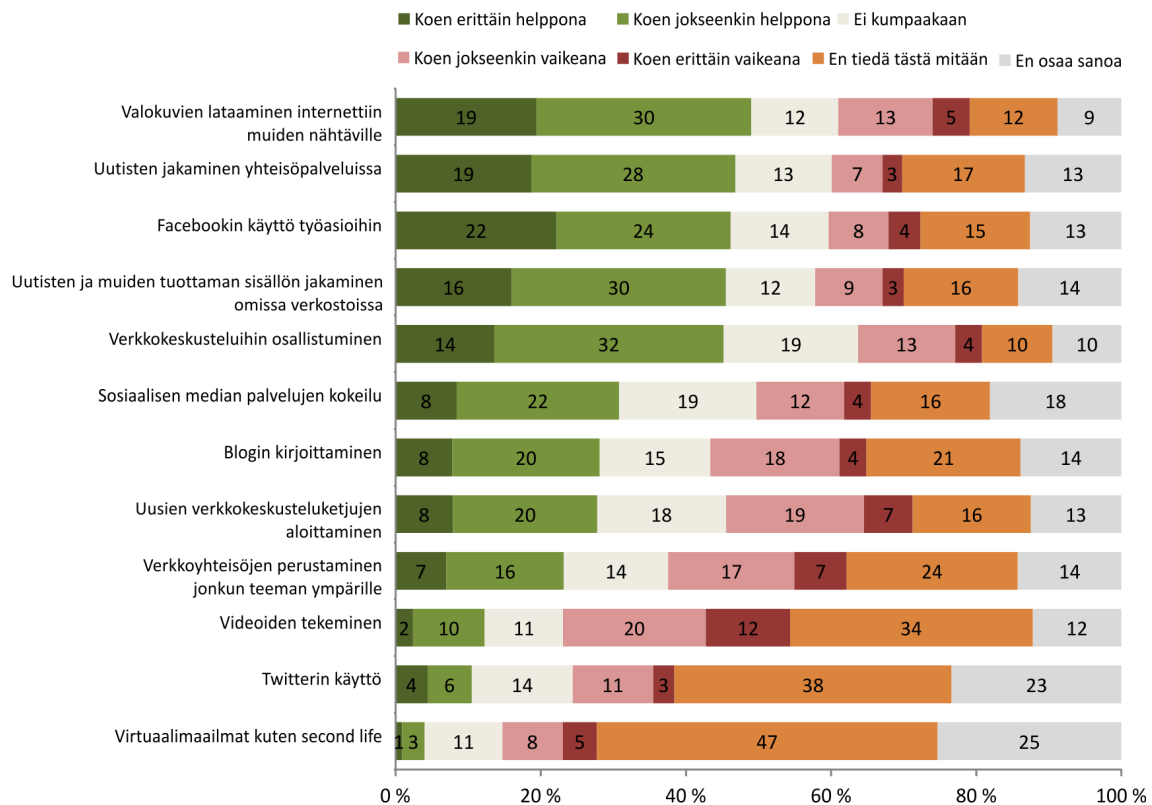


8.3. Virtuaalimaailmat vieraimpia

Sosiaalisen median käytössä sisällön tuotanto on yksi osa läsnäoloa. Verkon käyttöä voidaan havainnollistaa seuraavan lukukaavan mukaan: Kun yksi tuottaa sosiaaliseen mediaan aktiivisesti sisältöä, yhdeksän henkilöä osallistuu muiden tekemän sisällön kommentointiin ja jakamiseen. Lisäksi 99 henkilöä seuraa, mutta ei itse osallistu. Kyselyssä selvitettiin kirkon työntekijöiden kokemusta aktiivisen sisällöntuotannon helppoudesta ja vaikeudesta.

Vajaa puolet vastaajista koki helppona omien valokuvien lataamisen verkkoon samoin kuin uutisten jakamisen yhteisöpalveluissa. Valmiisiin verkkokeskusteluketjuihin osallistuminen koettiin helpompana kuin uusien keskustelualoitusten tekeminen. Uusi verkkokeskusteluketjujen aloittaminen sekä verkkoyhteisöjen perustaminen koettiin vaikeimpina sisällöntuotannon muotoina. Vastaajille vähiten tuttuja olivat virtuaalimaailmat, kuten Second Life, Twitterin käyttö, sekä videoiden tekeminen.

Kuvio 8.3. Käsitykset sisällöntuotannon muotojen helppoudesta ja vaikeudesta (N= 884)



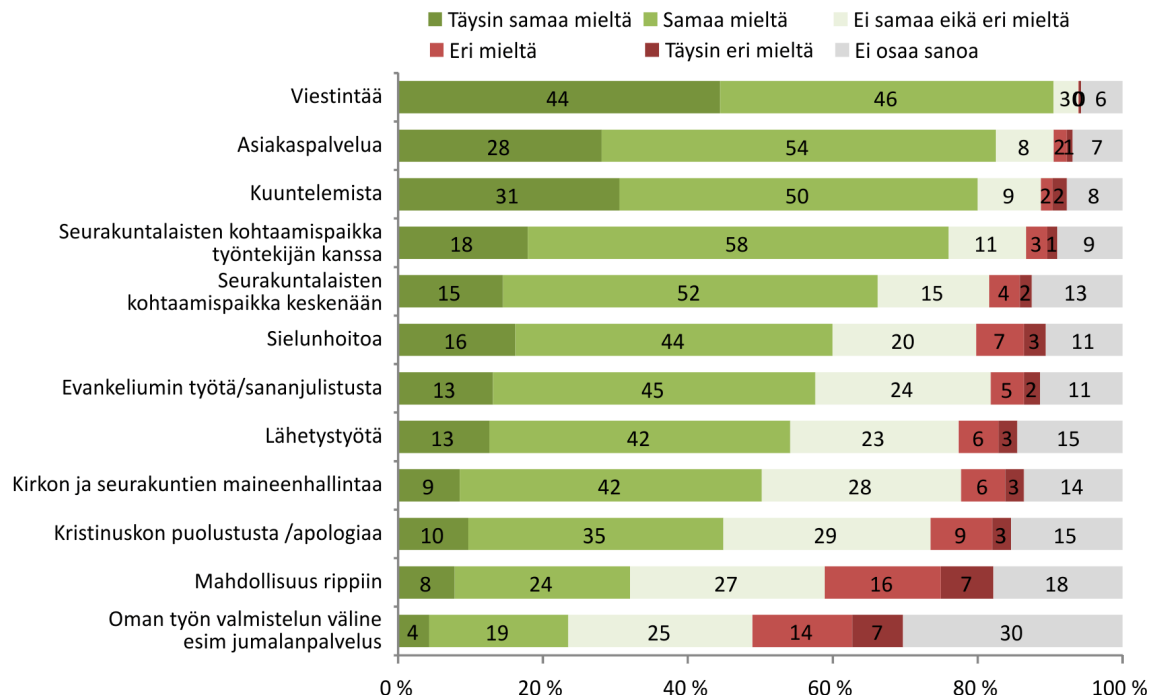
8.4. Viestinnällisyys korostuu kohtaamisessa

Sosiaalinen media nähdään kirkon työssä ensisijaisesti viestintänä (90 %). Siksi se myös useimmiten mielletään kuuluvan viestinnästä tai tiedottamisesta vastuussa olevan työntekijän työtehtäviin (vrt. luku 4.2.). Sosiaalinen media on kuitenkin myös vahvasti toiminnallinen ympäristö, jossa työskentelyä ei syvimmiltään ohjaa viestinnälliset periaatteet, vaan ihmisten kohtaaminen ja palveleminen. Kyselyn mukaan sosiaalinen media on vahvasti myös asiakaspalvelua (82 %) sekä kuuntelua (81 %). Kirkon työssä sosiaalinen media voidaan nähdä kohtaamispaikkana. Hieman vahvemmin ymmärretään sosiaalisen median olevan seurakuntalaisten kohtaamispaikka työntekijän kanssa (76 %), kuin seurakuntalaisten kohtaamispaikka keskenään (67 %). Tulos pitää sisällään ajatuksen siitä, että mikäli seurakunta tarjoaa sosiaalisessa mediassa paikan kohtaamiselle, siellä tulee olla työntekijä mukana. Sosiaalinen media voi olla myös portti seurakunnan toimintaan laajemmin, eräänlainen sisääntuloväylä kasvokkain tapahtuvaan toimintaan.

Sosiaalisen median olemus näyttää kyselyn perusteella muotoutuvan enemmän tasaveroisen kohtaamisen paikaksi kuin sananjulistuksen, lähetystyön, maineenhallinnan tai kristinuskon puolustamisen paikaksi. Noin neljännes vastaajista koki, että sosiaalinen media ei sovellu rippikeskustelujen paikaksi, mutta valtaosa koki sen soveltuvan sielun-

hoitoon. Neljännnes vastaajista näki sosiaalisen median soveltuvan oman työn valmistelun välineeksi. Muissa vastauksissa sosiaalisessa mediassa olemisen nähtiin myös mahdollistavan yhteiskunnalliseen keskusteluun osallistumisen.

Kuvio 8.4. Näkemykset siitä, mitä sosiaalinen media on kirkon työssä (N=863)



8.5. Hyödyllisyys edellä – oikeaa tietoa mukaan keskusteluihin

Mielekkyydessä kärkeen nousee kyselyn perusteella oikean tiedon välittäminen (84 %) verkossa. Kun motivoivana nähtiin kohtaaminen ja kuuntelu sekä verkostoituminen, niin yllättäen oikea tieto meneekin mielekkyydessä kohtaamisen edelle. Tulos herättää kysymään, miten mielekkyys ja motivaatio liittyvät ja toisaalta eroavat toisistaan? Motivaatio pitää ihmisen liikkeessä ja työntekijän työssä. Motivaatio on sitä, mikä työssä palkitsee ja auttaa jaksamaan. Mielekkyyttä saattaa sen sijaan edustaa tehtävät, joista nähdään olevan suurin hyöty kokonaisuutta ajatellen, eikä tehtävää tuolloin arvoteta mukavuusasteikolla. Mielekkyys perustuu rationaaliselle arvioinnille, kun motivaatio nousee tunnekokemuksesta. Mielekkyyteen saattaa sisältyä myös arviointia siitä, mikä on mahdollisimman tavoitettavaa ja kirkon työn kannalta hyödyllistä työtä sosiaalisessa mediassa. Verkkokeskustelujen sisältämä massiivinen kokemuspohjainen tieto ja kirkon näkökulmasta mahdollisesti väärätkin tiedot ohjaavat ajattelemaan, että verkossa tarvitaan oikeaa tietoa.

Kasvava resurssipula ja vapaaehtoistyövoiman tärkeys seurakuntien työn kokonaisuudessa ovat olleet laajasti esillä kirkollisessa keskustelussa viime vuosina, mikä voi heijastua kyselyn toiseksi mielekkäimpänä pidettyyn vaihtoehtoon ”vapaaehtoisten rekrytointi” (82 %). Sosiaalista mediaa pidetään kuitenkin ensisijaisesti vapaaehtoisten rekry-

tointikanavana ja vapaaehtoistoiminnan koordinoitavalustana (71 %) muihin kasvokkain toteutettaviin tehtäviin sen sijaan, että vapaaehtoisuuden nähtäisiin toteutuvan itse verkko-työssä, esimerkiksi verkkokeskusteluissa (62 %). Kuitenkin valtaosa vastaajista kokee vapaaehtoisten käyttämisen verkkokeskusteluissa myös vähintään mielekkäänä.

Jumalanpalvelusten verkkolähetykset koetaan työntekijöiden keskuudessa varsin mielekkäinä (78 %), vaikka ainoastaan 18 % kertoi niitä toteutettavan työyhteisössään. Tämän tuloksen perusteella mielekkyyden kokemus yhdistyy kirkon työn ydinsisältöjen esillä pitämisen lisäksi tavoittavuuteen. Kun seurakuntien jumalanpalvelukset eivät välttämättä tavoita suurta osaa seurakuntalaisista, verkkolähetykset laajentaisivat tavoittavuutta ja toisivat jumalanpalvelusten yhteyteen uusia seuraajia ja osallistujia muualta maasta sekä myös ulkomailta.

Kahdenkeskinen keskustelu kysymys-vastauspalveluissa tai chateissa koettiin keskimäärin hieman mielekkäämpänä kuin julkisissa chateissa, harrasteryhmissä, yhteisöpalveluissa tai verkkokeskusteluissa keskustelu. Näistä yksittäin katsottuina mielekkäimpinä koettiin kysymys-vastauspalvelut kuten Nettipappi sekä yhteisöpalvelut, kuten Facebook. Vähiten mielekkäänä koettiin pelimaailma, ja lähes puolet koki sen olevan epämielikästä kirkon työssä.

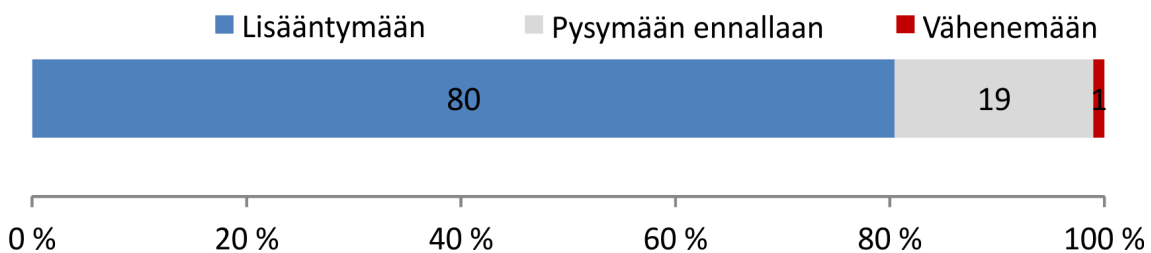
Kuvio 8.5. Näkemykset seurakunnan työn kannalta mielekkästä sosiaaliseen mediaan osallistumisesta (N= 859)



9. Ammattimaisuuden odotetaan kasvavan

Tulevaisuudessa työ sosiaalisessa mediassa tulee kyselyyn vastanneiden mukaan lisääntymään. Kirkon työntekijöiltä kysyttiin, millaista he haluaisit kirkon verkkotyön olevan tulevaisuudessa sekä mitä pitäisi tapahtua, jotta mieluinen ihannetila olisi mahdollista. Vastaamiseen annettiin vapaa tila, jolloin vastausta sai muotoilla omin sanoin. Vastaukset käsiteltiin sisällönanalyysin keinoin. Analyysissa todettiin, että vastauksien saturaatio toteutui hyvin, ja vastaukset olivat linjakkaat suhteessa muuhun kyselyyn ja valmiisiin vastausvaihtoehtoihin. Vapaa mahdollisuus vastata toi ihanteelliseen tulevaisuuden tilaan kuitenkin joitakin sellaisia painotuksia, joita on hyvä analysoida laajemmin.

Kuvio 9. Vastaajien arvio seurakunnan sosiaalisessa mediassa tekemän työn määrän muutoksesta (N= 880)



Kirkon työn sosiaalisessa mediassa toivotaan tulevaisuudessa olevan ammattimaista työtä, joka on sidoksissa kirkon hengelliseen perustehtävään. Sosiaalinen media nähdään positiivisena, avoimuutta ja innovatiivisuutta lisäävänä mahdollistajana tilanteessa, jossa resurssien kutistumisen vuoksi monia tehtäviä ja toimintatapoja tulee uudistaa. Tulevaisuuden työn suunnittelussa tulisi vastausten perusteella pitää myös mielessä kirkon vastuu yhteiskunnallisena toimijana erityisesti siinä mielessä, miten verkko tulee olemaan osa työntekijöiden työtä. Vaikka työntekijät valtaosaltaan kokevat, että sosiaalisessa mediassa tehtävä työ tulee lisääntymään, sen myötä vastuu työntekijöistä verkkotyöläisinä kasvaa. Huolenaiheina usein ilmaistut kokemukset sosiaalisesta median työympäristönä liittyvät kuitenkin vahvasti siihen, miten tulevaisuudessa rakennetaan ja tuetaan työntekijöiden ammatillisuutta verkkotyössä. Moni huoli nousee tiedon puutteesta ja asenteista, jotka näyttäytyvät osana toimintakulttuurin muuttumisen prosessia.

Ammatillisuuteen nähdään kuuluvan muun muassa seuraavia tekijöitä: suunnitelmallisuus ja selkeä sopiminen muun muassa työnkuvista, riittävien resurssien turvaaminen some-työhön kuten työaika ja soveltuvat välineet, tehtävien priorisointi ja kyky jättää toimimattomia työtehtäviä pois, hyvä johtaminen ja ennakointi. Ammatillisuus nähdään vastausten perusteella kahdella tasolla: seurakunnassa sekä kirkossa valtakunnallisella tasolla. Erityisesti johtamiselta odotetaan selkeyttä ja riittävää tietotasoa, jotta keskustelua

voidaan käydä seurakuntatasolla. Valtakunnallisesti johtamisen haasteet liittyvät verkko-työn valtakunnalliseen hajautumiseen ja tasapuolisuuteen. Ennakointi nähdään tärkeänä jo rekrytoinnissa: kirkkoon tulee palkata työntekijöitä, joilla on valmiiksi tietoa ja taitoa työskennellä sosiaalisen median tuomien haasteiden kanssa eri tehtävissä.

Kirkon hengellinen tehtävä nähdään olevan sosiaalisen median työn takana. Tällöin ensisijaisesti olennaista ei ole tekninen valmius, vaan kyky kohdata ihmisiä hengellisten sisältöjen kautta. Työntekijä nähdään osana seurakuntaa ja siten tasaveroisena toimijana verkossakin. Tulokset asettavat haasteen: millaista on tehdä työtä tasaveroisena toimijana säilyttäen kuitenkin ammatillisuuden? Läsäolo ihmisten keskellä verkossa mahdollistaa dialogiin osallistumisen. Vastauksissa heijastuu toive diplomaattisuudesta, jolloin kirkon työntekijä voisi toimia verkossa laajentaen näkökulmia, sovitellen ja palvelen. Hengellisiä sisältöjä toivotaan verkkoon paljon. Sielunhoito, rukouselämän hoitaminen ja hiljentyminen soveltuvat verkkoon siinä missä hartaudet, rippikoulu ja jumalanpalvelusten lähettäminenkin.

Kirkon työn ydin koetaan usein olevan kasvokkain tapahtuvassa työssä. Sosiaaliin mediaan osallistuminen nähdään toistuvasti olevan pois kasvotusten tapahtuvasta työstä, mikä johdattaa kysymään, mitä kohtaaminen lopulta on. Kasvokkain tapahtuvasta työstä käytetään usein termiä ”todellinen” kohtaaminen, mikä kertoo siihen liittyvän ajatuksia oikeammasta ja aidommasta kohtaamisen tavasta. Erilaisissa verkon sosiaalisuutta ja yhteisöllisyyttä koskeissa tutkimuksissa⁶ on kuitenkin toistuvasti todettu, että verkossa tapahtuva kohtaaminen on kokijalleen yhtä tosi kuin kasvotusten tapahtuva. Verkossa tapahtuva kohtaaminen ei ole muusta elämästä erillinen tila vaan vahvasti sidoksissa elämäkokonaisuuteen. Kohtaaminen verkostoissa ja verkostoon kuulumisen luovat sosiaalisen siteen mikä täydentää kasvokkaista kommunikaatiota.

Seuraavanlaisia keinoja toiveiden mukaiseen verkkotyön tilanteeseen pääsemiseksi löydettiin kyselyn perusteella: Työtapojen ohjaaminen positiivisilla tavoilla, koulutusten tarjoaminen ja muutokset kirkon organisaatiossa. Lisäksi vastauksissa heijastui luottamus tulevaisuuteen ja asioiden eteneminen omalla painollaan yhteiskunnassa tapahtuvan muutoksen ja työntekijöiden ikärakenteellisen uusiutumisen myötä. Itsestään tapahtuvaan muutokseen uskottiin melko voimakkaasti, mikä voi kertoa myös haluttomuudesta tarttua toimintaympäristön muutokseen suunnitelmallisesti ja organisoidusti. Toisaalta vastauksissa usein turvauduttiin nuorempiin ikäluokkiin kuuluvien työntekijöiden mukanaan tuomaan muutokseen. Vaikka asenteet ja perustaidot verkon käyttöä kohtaan olisivat nuorilla työntekijöillä myönteisemmät, se ei kuitenkaan suoraan takaa sosiaalisessa mediassa tehtävän työn osaamista. Työ sosiaalisessa mediassa vaatii ammattimaista osaamista, ja sitä voidaan kehittää koulutuksilla. Tuloksissa koulutusten merkitys sosiaalisen median työn kehittämiseksi nähtiin erittäin tärkeänä. Hengellinen elämä verkossa -hankkeen jär-

6 mm. Laukkanen 2007.

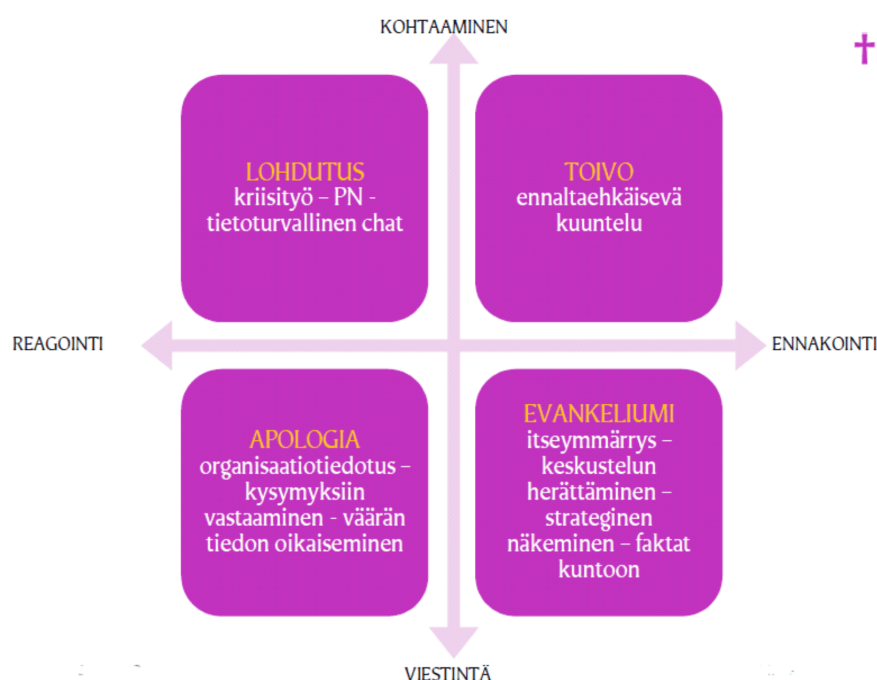
jestämät HTV-koulutukset ovat kuitenkin loppusuoralla ja tulos nostaa kysymyksen jatkotoimista koulutusten järjestämisen turvaamiseksi kirkossa. Vastauksissa selkeä sijansa oli lisäksi organisaatiossa tapahtuvilla muutoksilla. Jotta kirkon työ sosiaalisessa mediassa voisi olla osa kirkon perustyötä, rakenteellisella tasolla on myös tapahduttava muutoksia. Muun muassa työajankäytön muuttumisella, työnkuvien uudelleen arvioinnilla sekä työtehtävien uusjaolla on tekemistä koko kirkon työn muutoksen kanssa.

10. Johtopäätökset: Suurimmat haasteet liittyvät johtamiseen

Tutkimuksessa kartoitettiin seurakuntien verkkotyön organisointia ja nykytodellisuutta sekä työntekijöiden osaamista ja asenteita sosiaalisessa mediassa tehtävää työtä kohtaan. Tutkimuksessa luotiin katse myös kirkon verkkotyön tulevaisuuden mahdollisuuksiin ja toiveisiin työntekijöiden kokemuksen kautta. Kuten kyselystä ilmenee, 28 % vastaajista ilmoitti tekevänsä työtä sosiaalisessa mediassa joko sovitusti (21 %) tai vapaa-ajallaan (7 %). Vastaavasti 72 % vastaajista ilmoitti, ettei lainkaan tee työtä somessa. Kyselyyn vastanneista siis hieman yli neljännes tekee työtä sosiaalisessa mediassa. Kyselyyn vastanneissa painottuivat hieman aktiivisesti verkossa toimivat ja HTV-koulutuksen käyneet henkilöt, joten todellisuudessa kirkossa sosiaalisen median työtä tekeviä on suhteellisesti vähemmän kuin tämän kyselyn perusteella ilmenee. Kuitenkin kyselyn perusteella on nähtävissä, että myös seurakunnissa koetaan sosiaalisessa mediassa tehtävän työn olevan vahvasti lisääntymässä. Työ tulisi kuulua laajasti eri työntekijäryhmille, jopa kaikille seurakunnassa työskenteleville työntekijöille. Tulevaisuudessa sosiaalisen median rooli työskentelyympäristönä tulee merkittävämmäksi, ja työn sisällöt nousevat ihmisten tarpeista ja työntekijöiden osaamisesta käsin. Kyselyn perusteella muotoutuva tulevaisuudenkuva haastaa pohtimaan koulutustarvetta sekä johtamista.

Tulosten perusteella voidaan johtaa neljänlaisia toimintastrategioita sosiaalisessa mediassa kirkon työssä. Toimintastrategioiden nelikenttää voidaan kuvata seuraavalla tavalla.

Kuvio 10. Kirkon työn toimintastrategiat sosiaalisessa mediassa



Kyselytutkimuksessa työntekijöiden suhtautumisessa sosiaaliseen mediaan vaihtelee kahdenlainen orientaatio: Toisaalta nähdään työn olevan vahvasti viestintää ja oikean tiedon jakamista (väärän tiedon oikaisemista) ja toisaalta ihmisten kohtaamista ja auttamista. Kohtaamisen ja viestinnän sisällöissä on nähtävissä reagoimiseen perustuvaa, mutta myös ennakkointiin suuntautuvaa toimintaa. Painotukset mielekkäinä ja hyödyllisinä koetuissa kirkon sosiaalisen median tehtävissä vaihtelevat siten, että selkeää yhdenmukaisuutta ei ole löydettävissä. Erilaiset otteet työssä ovat hyväksi monipuolisen sosiaalisen median läsnäolossa.

Sosiaalisessa mediassa tarvitaan ihmisiä kohtaavaa työtä, mutta myös tietoa ja viestintää. Nämä puolet eivät sulje toisiaan pois. Reagoivan ja ennakoivan näkökulman sisään sopii kirkon olemus ihmisten vierellä kulkevana kirkkona, jonka juuret ja motiivit ovat syvällä kirkon itseyttämisessä. Nelikentän lohkot on nimetty kirkon ydinsisältöjen mukaan: lohdutus, toivo, apologia eli kristinuskon puolustus ja evankeliumi.

Kuvion ensimmäisen lohko eli reaktiivinen kohtaaminen on lohdutusta. Ihmiselle on jo tapahtunut asioita, joille hän kaipaa kuuntelijaa ja lohduttajaa. Kirkon työssä sosiaalisessa mediassa ihmisen lohdutuksen kaipuu ja kirkko kohtaavat parhaiten kriisityössä, jälkipuinnissa ja usein juuri tietoturvalisissä yhteyksissä, vaikkapa kahdenkeskisessä chatissa tai Palvelevassa netissä. Toisaalta reaktiivisuus näyttäytyy apologiana, kristinuskon puolustuksena toisen nelikentän lohkon mukaisesti. Perinteisesti organisaatiot, kirkkoakin, on hoitanut toiminnasta kertomista yksisuuntaisesti organisaatiosta ulospäin. Kirkon toiminnasta kerrotaan ja esitettyihin kysymyksiin vastataan asianmukaisesti vaikkapa verkkosivujen palauteformin kautta. Reagointia on myös se, että väärää tietoa kohdattaessa se oikaistaan myös verkkokeskusteluissa sosiaalisessa mediassa. Tällöin kirkko toimii verkossa ikään kuin auktoriteettiasemassa suhteessa muihin verkkokäyttäjiin tuoden mukaan oikeaksi osoitettua tietoa vastaamalla esitettyihin kysymyksiin. Näin ollen ihmisten taholta tuleva signaali pyritään muuttamaan kirkon nykyisen olemuksen mukaiseksi. Sosiaalisesta mediasta tehdyn tutkimuksen mukaan asenteiden muuttaminen ja ihmisten liikuttelu sosiaalisessa mediassa on yhden toimijan tekemänä kuitenkin mahdotonta. Asenteet eivät muutu muuttamalla eikä oikeana pidettyä opetusta omaksuta vaikka näin haluttaisiin.

Toinen lähestymistapa kirkon läsnäoloon sosiaalisessa mediassa nousee ennakkoinnista. Tällöin kirkon läsnäolo sosiaalisessa mediassa on tasaveroista, jossa ihmisiä kuuntelemalla voidaan itse oppia ja ennakoida yhteiskunnassa tapahtuvia liikahduksia kirkkoa ja uskoa koskevista asioista. Vastaamisen sijaan osallistutaan ja osallistetaan ihmisiä mukaan dialogiin. Kirkko nähdään yhteiskunnassa instituutiona, jolla on mahdollisuus oppia ja elää sekä muuntautua jäsenistönsä mukaan. Oikean tiedon tuomisen sijaan kuunnellaan ja otetaan todesta.

Ennakoiva kohtaaminen on toivon herättämistä. Kirkon verkkokeskustelupalstoilla eri yhteyksissä kuunnellaan ihmisiä arjen huolissa ja ollaan läsnä hyvässä ja huonossa het-

kessä. Verkkokeskusteluissa tapahtuva kohtaaminen on jäsenen laadukasta kohtaamista ja siten se on myös ennaltaehkäisevää. Ensinnäkin ehkäistään ihmisen taakkojen kasvamista, mutta toisaalta voidaan ehkäistä myös jäsenten erkaantumista kirkon yhteydestä. Läsnaolon kautta ihmisten elämää ymmärretään ja sitä voidaan paremmin ottaa huomioon muussakin kirkon työssä.

Kuvion neljäs kenttä eli ennakoiva viestintä nousee syvältä kirkon itseymmärryksestä ja identiteetistä. Se on rehellistä haasteellistenkin asioiden silmiin katsomista ja aktiivista vaikuttamista. Sosiaalisessa mediassa ennakoiva viestintä on dialogiin suostumista, olemista ja näkemistä. Kulloinkin olosuhteisiin nähden oikeassa paikassa olemalla saadaan aikaan keskustelua, joka laajentaa yhteistä ymmärrystä ja synnyttää toivon todellisuutta. Esimerkiksi kaste keskusteluissa tai -blogeissa mukana oleminen nuorten äitien yhteisöissä muistuttaa kasteen merkityksestä ja voi näin madaltaa kynnystä olla seurakuntayhteydessä verkon kautta. Läsna olemalla ja osallistumalla ohjataan keskustelua ja laajemmissa yhteyksissä seuraamalla sosiaalista mediaa voidaan oppia näkemään olennainen. Tulosten perusteella hahmotellut toimintastrategiat eivät sulje toisiaan pois, eivätkä toimi erillisinä. Tuloksissa on nähtävillä neuvottelua näiden välillä, ja tulevaisuudessa on mahdollista nähdä, miten kuvatut trendit ottavat paikkansa seurakuntien sosiaalisen median työn tulevaisuudessa.

Työn kohdentamiseen, työtehtävistä sopimiseen ja riittävän työajan antamiseen sekä työvälineiden turvaamiseen liittyvät kysymykset ohjaavat katsomaan johtamista. Kyselyssä useaan otteeseen nousi huoli johtamisen tasosta ja johtajien sosiaalisen median tuntemuksesta. Jos johtavassa asemassa olevat henkilöt eivät tunne työtä, eivätkä toimintaympäristöä riittävästi, he eivät myöskään osaa tukea eikä resursoida työtä oikein työntekijää tukevalla tavalla. Johtamisesta nousee tulevaisuudessa tällöin koko kirkon verkossa tehtävää työtä säätelevä asia. Sen vuoksi johtajien perehdyttämiseen, tukemiseen ja kouluttamiseen on tulevaisuudessa kiinnitettävä erityistä huomiota.

Sosiaalisen median tulevaisuuden trendi, mobiiliteknologian hyödyntäminen, jäi kyselyssä vähäiselle huomiolle. Kirkon sosiaalisen median työssä se on ollut sivuosassa muutamia innovaatioita lukuun ottamatta. Työntekijöiden työn ja toimintaympäristön muutoksessa mukana pysymisen turvaamiseksi mobiiliteknologiaan ja erilaisiin sovelluksiin on jatkossa syytä varata resursseja. Sosiaaliseen mediaan liittyvät haasteet ovat tulevaisuudessakin muuttuvan toimintaympäristön seuraaminen, ennakointi ja ihmisten kohtaaminen heidän tavoillaan. Tästä näkökulmasta on olennaista kysyä, mikä palvelee tätä tarkoitusta parhaiten, ja millä tavoin työn tekemisen tapoja kuten työaikakäytäntöjä on tarpeellista soveltaa sosiaalisen median työhön sopiviksi. Kyselyn tekohetkeen mennessä kirkon rakenteet eivät ole riittävällä tavalla tukeneet sosiaaliseen mediaan työhön lähtemistä, vaan pontimena on ollut oma innostus. Oman innostuksen lisäksi jatkuvan työ turvaamiseksi on tärkeää, että rakenteet palvelevat tarkoitustaan ja resursseja on riittävästi.

11. Kirjallisuus ja lähteet

Facebook

2012 Finland Facebook Statistics. <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/finland>.
Katsottu 21.7.2012

Kirkkohallitus

2012 Kirkon tilastollinen vuosikirja 2011. Helsinki: Kirkkohallitus.

Miller, Daniel

2011 Tales from Facebook. UK, Polity Press.

Some suuntaviivat

2012 Kirkon sosiaalisen median pelisäännöt. <http://some.kirkonsuuntaviivat.fi/>

Kysely hengellisestä elämästä verkossa



I. Taustatiedot

*1. Sukupuolesi?

- ☐ Nainen
- ☐ Mies

*2. Mihin ikäryhmään kuulut?

- ☐ Alle 30 vuotta
- ☐ 30-39 vuotta
- ☐ 40-49 vuotta
- ☐ 50-59 vuotta
- ☐ Yli 60 vuotta

*5. Työskentelypaikkakuntasi

- ☐ Kaupunki
- ☐ Maaseutu
- ☐ Ei sovellu minuun

*6. Miten pitkään olet työskennellyt kirkon tai kirkollisen järjestön palveluksessa?

- ☐ Alle 5 vuotta
- ☐ 5-10 vuotta
- ☐ 11-20 vuotta
- ☐ 21-30 vuotta
- ☐ Yli 30 vuotta

*3. Työskentelyhiippakunta

- ☐ Turun arkkihiippakunta
- ☐ Tampereen hiippakunta
- ☐ Oulun hiippakunta
- ☐ Mikkelin hiippakunta
- ☐ Porvoon hiippakunta
- ☐ Kuopion hiippakunta
- ☐ Lapuan hiippakunta
- ☐ Helsingin hiippakunta
- ☐ Espoon hiippakunta
- ☐ En toimi seurakunnassa/hiippakunnassa

*4. Mihin kokoluokkaan seurakuntasi kuuluu?

- ☐ Alle 4 000 henkeä
- ☐ 4 001-8 000 henkeä
- ☐ 8 001-15 000 henkeä
- ☐ 15 000-20 000 henkeä
- ☐ Yli 20 000 henkeä
- ☐ Työskentelen kirkon keskushallinnossa
- ☐ Työskentelen kirkollisessa järjestössä
- ☐ Jokin muu, mikä

*7. Työtehtäväsi

- ☐ Kirkkoherra
- ☐ Muu pappi
- ☐ Lehtori
- ☐ Kanttori
- ☐ Diakoniatyöntekijä
- ☐ Nuorisotyönohjaaja
- ☐ Lapsityönohjaaja
- ☐ Lastenohjaaja
- ☐ Lähetys sihteeri
- ☐ Talouspäällikkö (tai vast.)
- ☐ Muu talouden ja hallinnon työntekijä
- ☐ Hautausmaatyö
- ☐ Kiinteistö- ja kirkonpalvelustyö
- ☐ Kirkon keskushallinnon tai hiippakunnan johto- tai asiantuntijatehtävä
- ☐ Muu kirkon keskushallinnon tai hiippakunnan tehtävä
- ☐ Jokin muu, mikä

8 Kuinka usein luet Raamattua tai hengellistä kirjallisuutta omaksi henkilökohtaiseksi hartaudeksesi?

- ☐ Päivittäin
- ☐ Useita kertoja viikossa
- ☐ Vähintään kerran viikossa
- ☐ Vähintään kerran kuukaudessa
- ☐ Vähintään kerran vuodessa
- ☐ Harvemmin tai ei koskaan

9. Kuinka usein rukoilet omassa henkilökohtaisessa elämässäsi?

- ☐ Useita kertoja päivässä
- ☐ Päivittäin
- ☐ Useita kertoja viikossa
- ☐ Vähintään kerran viikossa
- ☐ Vähintään kerran kuukaudessa
- ☐ Vähintään kerran vuodessa
- ☐ Harvemmin tai ei koskaan

10. Kuinka teologisesti konservatiiviseksi tai liberaaliksi koet itsesi kirkon piirissä?

- ☐ Konservatiiviseksi
- ☐ Jokseenkin konservatiiviseksi
- ☐ Ei kumpaakaan
- ☐ Jokseenkin liberaaliksi
- ☐ Liberaaliksi
- ☐ En osaa sanoa

11. Seuraavassa on lueteltu ev. lut. kirkossa vaikuttavia herätysliikkeitä ja muita uskonnollisia liikkeitä. Missä määrin koet niiden olevan hengellinen viitekehyses?

	En kuulu	En kuulu, mutta ajattelussani on vaikutteita	Kuulun löyhästi	Kuulun kiinteästi	En osaa sanoa
Evangelisuus (SLEY)	☐	☐	☐	☐	☐
Evangelisuus (ELY)	☐	☐	☐	☐	☐
Herännäisyys	☐	☐	☐	☐	☐
Länsi-Suomen rukoilevaisten yhdistys	☐	☐	☐	☐	☐
Suomen rukoilevaisen kansan yhdistys	☐	☐	☐	☐	☐
Vanhoillislestadiolaisuus	☐	☐	☐	☐	☐
Muu lestadiolaisuus	☐	☐	☐	☐	☐
Kansan Raamattuseura	☐	☐	☐	☐	☐
Suomen Raamattuopisto	☐	☐	☐	☐	☐
Evangelisluterilainen Kansanlähetys	☐	☐	☐	☐	☐
Opiskelija- ja koululaislähetys	☐	☐	☐	☐	☐
Muu ns. viides herätysliike	☐	☐	☐	☐	☐
Tuomasyhteisö	☐	☐	☐	☐	☐
Taizélaisuus	☐	☐	☐	☐	☐
Hiljaisuuden liike	☐	☐	☐	☐	☐
Karismaattinen liike	☐	☐	☐	☐	☐
Paavalin synodi	☐	☐	☐	☐	☐
Luther-säätiö	☐	☐	☐	☐	☐
Tulkaa kaikki -liike	☐	☐	☐	☐	☐
Kyrkans ungdom	☐	☐	☐	☐	☐
Oasrörelsen	☐	☐	☐	☐	☐
Jokin muu	☐	☐	☐	☐	☐

II. Työn organisointi

***12. Onko sinulla käytössäsi työnantajan hankkima tietokone?**

- Kyllä
- Ei, miksi?

14. Paljonko käytät päivässä aikaa verkossa ja sosiaalisessa mediassa vapaa-ajallasi? (ei työtehtävissä)

- En lainkaan
- Alle 1 tunti
- 1-2 tuntia
- 2-4 tuntia
- 4-6 tuntia
- 6-8 tuntia
- enemmän kuin 8 tuntia

***13. Onko omassa työkoneessasi mahdollisuus internetin käyttöön?**

- Kyllä
- Ei, miksi?

***15. Minulla on sovittua työaikaa sosiaalisessa mediassa...**

- Alle 1 tunti
- 1-2 h viikossa
- 2-4 h viikossa
- 4-8 h viikossa
- Enemmän, kuinka paljon?
- Ei lainkaan
- Teen verkkotyötä vapaa-ajalla

16. Mistä syystä aloitit työskentelyn sosiaalisessa mediassa? Valitse yksi tai useampi.

- ☐ Esimies kannusti
- ☐ Halusin itse
- ☐ Pyyntö tuli HEV-hankkeesta
- ☐ Työkaveri suositteli
- ☐ Seurakuntalaiset ovat toivoneet
- ☐ Ajauduin sinne
- ☐ Jokin muu syy, mikä?

--

17. Työaikani sosiaalisessa mediassa...

- Riittää hyvin
- Ei riitä sovittuihin työtehtäviin, syynä on...

18. Arvioi miten verkossa yhteensä käyttämäsi aika jakaantuu erilaisiin tehtäviin (huomioi sekä työ- että vapaa-ajankäyttö)

	En käytä lainkaan aikaa	Vie hyvin pienen osan ajasta	Vie jokseenkin pienen osan ajasta	Vie jokseenkin suuren osan ajasta	Vie hyvin suuren osan ajasta	En osaa sanoa
Tiedonhaku						
Uutisten lukeminen ja verkkolehtien seuraaminen						
Verkkokeskustelu						
Blogin kirjoittaminen						
Blogien lukeminen						
Yhteisöpalvelut kuten Facebook						
Videoiden katselu						
Sähköposti						
Yhteydenpito tuttavien kanssa pikaviestinten avulla (Skype, Messenger tms.)						
Asiointi (esim. pankkipalvelut, kirjastopalvelut jne.)						
Jokin muu						

19. Jos et työskentele lainkaan sosiaalisessa mediassa, mikä siihen on syynä? Valitse yksi tai useampia vaihtoehtoja.

- ☐ Esimieheni ei ole velvoittanut
- ☐ Se ei ole mielestäni työtä
- ☐ Nykyinenkään työaikani ei riitä
- ☐ Se vaatisi liikaa uuden opiskelua
- ☐ Minulla ei ole sopivia työvälineitä
- ☐ En yksinkertaisesti halua
- ☐ En ole tullut ajatelleeksi
- ☐ Jokin muu syy, mikä?

20. Millainen on työmääräsi nykyisissä tehtävissäsi suhteessa jaksamiseesi?

- ☐ Jaksaisin enemmänkin
- ☐ Töitä on sopivasti
- ☐ Töitä on paljon, mutta enimmäkseen jaksan niiden kanssa
- ☐ Töitä on liikaa, aina en oikein jaksa
- ☐ Töitä on aivan liikaa, joten uuvun niiden alla

21. Millaista työtä virkaseurakunnassasi/työyhteisössäsi on tehty sosiaalisessa mediassa?

	Kyllä	Ei	En osaa sanoa
Jumalanpalveluksien verkkolähetykset	☐	☐	☐
Verkkokeskustelua seurakunnan omalla verkkosivulla, esim. keskustelualue	☐	☐	☐
Verkkokeskustelua paikallisilla sivustoilla esim paikallislehti	☐	☐	☐
Verkkokeskustelua valtakunnallisissa palveluissa esim. Suomi24	☐	☐	☐
Seurakunnan ryhmä/ sivu Facebookissa	☐	☐	☐
Nuorten kohtaaminen verkossa esim. Facebookissa reaaliaikaisesti	☐	☐	☐
Rippikouluryhmät sosiaalisessa mediassa verkkoyhteisöissä	☐	☐	☐
Kirkon yhteisiä sosiaalisen median palveluja on mainostettu seurakunnan verkkosivuilla	☐	☐	☐
Esirukouspalvelu verkkosivulla	☐	☐	☐
Palautelomake verkkosivulla	☐	☐	☐

22. Kenelle valtakunnallisen verkkotyön koordinoinnin ja kehittämisen kirkossa pitäisi kuulua? Valitse yksi tai useampia

- ☐ Seurakunnat
- ☐ Kirkkohallitus
- ☐ Seurakuntayhtymät
- ☐ Järjestöt
- ☐ Tuomiokapitulit
- ☐ Ei kenellekään
- ☐ Jokin muu, mikä?

23. Missä seuraavat tehtävät tulisi mielestäsi kirkossa ensisijaisesti hoitaa?

	Paikallisesti seurakunnassa	Valtakunnallisesti hallinnon tasolla	Hiippakunnallisesti	Rovastikunnallisesti	En osaa sanoa
Koulutukset sosiaalisessa mediassa työskentelyyn	☐	☐	☐	☐	☐
Sosiaalisessa mediassa tehtävän seurakuntatyön kehittäminen	☐	☐	☐	☐	☐
Uusien sosiaalisen median palvelujen rakentaminen	☐	☐	☐	☐	☐
Työntekijöiden rekrytointi kirkon verkkotyöhön	☐	☐	☐	☐	☐
Erilaisten sosiaalisen median palvelujen markkinointi ja mainostaminen	☐	☐	☐	☐	☐
Työntekijöiden työnohjaus kirkon verkkotyöhön	☐	☐	☐	☐	☐

24. Kuka seurakunnassasi/työyhteisössäsi tekee työtä sosiaalisessa mediassa? Merkitse kaikki joiden tiedät tekevän tällaista työtä.

- ☐ Tiedotuksesta ja viestinnästä vastaava henkilö
- ☐ Nuorisotyönohjaaja
- ☐ Lapsi- tai perhetyöntekijä
- ☐ Papisto
- ☐ Kirkkoherra
- ☐ Diakoni
- ☐ Kaikki työntekijät
- ☐ Ei kukaan
- ☐ Joku muu, kuka

25. Kenelle seurakunnan työ sosiaalisessa mediassa mielestäsi pitäisi kuulua? Valitse yksi tai useampia vaihtoehtoja.

- ☐ Tiedotuksesta ja viestinnästä vastaava henkilö
- ☐ Nuorisotyönohjaaja
- ☐ Lapsi- tai perhetyöntekijä
- ☐ Papisto
- ☐ Kirkkoherra
- ☐ Diakoni
- ☐ Kaikki työntekijät
- ☐ Ei kukaan
- ☐ Joku muu, kuka?

26. Oletko osallistunut kirkon työntekijöille tarkoitettuun sosiaalisen median koulutukseen? (esim. Hengellinen työ verkossa -koulutus, välinekoulutus, chatkoulutus tms.)

- ☐ En
- ☐ Kyllä, mihin?

27. Mitä ajattelet osallistumastasi koulutuksesta?

	Täysin samaa mieltä	Samaa mieltä	En samaa enkä eri mieltä	Eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Koulutus oli innostava	☒	☒	☒	☒	☒	☒
Sain koulutuksessa paljon tietoa siitä, mitä seurakunnan työntekijä voi tehdä verkossa	☒	☒	☒	☒	☒	☒
Koulutus lisäsi kiinnostustani työskennellä verkossa	☒	☒	☒	☒	☒	☒
Haluaisin jatkossakin osallistua sosiaalisen median koulutuksiin	☒	☒	☒	☒	☒	☒
En oppinut mitään uutta	☒	☒	☒	☒	☒	☒
Kirkon ei mielestäni pitäisi järjestää tällaisia koulutuksia	☒	☒	☒	☒	☒	☒
Jag tycker inte att kyrkan bör ordna sådana utbildningar	☒	☒	☒	☒	☒	☒

28. Mikäli et ole osallistunut sosiaalisen median koulutuksiin, mikä siihen oli syynä? Valitse yksi tai useampia.

- ☐ Tiesin koulutuksista, mutta en ehtinyt osallistua
- ☐ Tiesin koulutuksista, mutta en halunnut osallistua
- ☐ Esimieheni ei antanut lupaa osallistua koulutukseen
- ☐ En ole koskaan kuullutkaan sosiaalisen median koulutuksista kirkossa
- ☐ En halua jatkossakaan osallistua sosiaalisen median koulutuksiin
- ☐ Jokin muu syy, mikä?

29. Millaista tukea toivoisit sosiaalisessa mediassa työskentelyyn jatkossa? Valitse yksi tai useampia.

- ☐ Sisältökoulutuksia verkkoauttamiseen
- ☐ Sisältökoulutuksia blogien kirjoittamiseen
- ☐ Verkkokeskustelukoulutuksia
- ☐ Välinekoulutuksia esim Facebookin tai Twitterin käyttö
- ☐ Työnohjausta
- ☐ Etäosallistumismahdollisuus koulutuksiin
- ☐ Esimiehen tukea
- ☐ Wikipedian käyttökoulutusta
- ☐ Kohdennettuja koulutuksia työntekijäryhmille
- ☐ Jokin muu, mikä

32. Kuinka tärkeänä pidät seuraavia asioita kirkon verkkotyössä?

	Erittäin tärkeää	Melko tärkeää	Melko vähän tärkeää	Ei lainkaan tärkeää	En osaa sanoa
Ihmisten kuunteleminen	☒	☒	☒	☒	☒
Oikean tiedon tuominen mukaan keskusteluihin	☒	☒	☒	☒	☒
Näkyminen	☒	☒	☒	☒	☒
Maineenhallinta	☒	☒	☒	☒	☒
Evangeliumin julistaminen	☒	☒	☒	☒	☒
Verkkoauttaminen	☒	☒	☒	☒	☒
Uusien jäsenten hankinta	☒	☒	☒	☒	☒
Kirkosta eroamisen ennaltaehkäisy	☒	☒	☒	☒	☒
Julkisuuskeskustelujen ennakointi	☒	☒	☒	☒	☒
Oman seurakunnan ihmisten kohtaaminen	☒	☒	☒	☒	☒
Tapahtumista ilmoittelu	☒	☒	☒	☒	☒
Asiakaspalvelu	☒	☒	☒	☒	☒

33. Onko suhtautumisesi sosiaaliseen mediaan muuttunut viime vuosien aikana?

- ☒ Pysynyt ennallaan
- ☒ Muuttunut positiivisemmaksi
- ☒ Muuttunut negatiivisemmaksi
- ☒ En osaa sanoa

34. Jos asenteesi sosiaaliseen mediaan on muuttunut viime vuosina, mitkä seuraavista ovat vaikuttaneet asiassa? Valitse kaikki joilla on ollut vaikutusta.

- ☒ Työyhteisön asenne
- ☒ HTV koulutus
- ☒ Sosiaalisen median seuraaminen
- ☒ Oma osallistuminen ja kokemuksen karttuminen
- ☒ Olen saanut työhön työaikaa
- ☒ Sosiaalisen median muuttuminen
- ☒ Tiedon lisääntyminen sosiaalisessa mediassa tehtävästä työstä
- ☒ Kirkossa tapahtuneet muutokset
- ☒ Jokin muu tekijä, mikä?

37. Mielestäni työ sosiaalisessa mediassa on...

	Täysin samaa mieltä	Samaa mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Oman työn valmistelun väline esim jumalanpalvelus	☒	☒	☒	☒	☒	☒
Seurakuntalaisten kohtaamispaikka keskenään	☒	☒	☒	☒	☒	☒
Seurakuntalaisten kohtaamispaikka työntekijän kanssa	☒	☒	☒	☒	☒	☒
Asiakaspalvelua	☒	☒	☒	☒	☒	☒
Lähetystyötä	☒	☒	☒	☒	☒	☒
Kristinuskon puolustusta /apologiaa	☒	☒	☒	☒	☒	☒
Kirkon ja seurakuntien maineenhallintaa	☒	☒	☒	☒	☒	☒
Evankeliumin työtä/sananjulistusta	☒	☒	☒	☒	☒	☒
Viestintää	☒	☒	☒	☒	☒	☒
Sielunhoitoa	☒	☒	☒	☒	☒	☒
Mahdollisuus rippiin	☒	☒	☒	☒	☒	☒
Kuuntelemista	☒	☒	☒	☒	☒	☒

38. Jotakin muuta kuin edellä mainitut, mitä?

39. Mikä seuraavista on mielestäsi seurakunnan työn kannalta mielekästä sosiaaliseen mediaan osallistumista?

	Hyvin mielekästä	Jokseenkin mielekästä	Ei kumpaakaan	Jokseenkin epämiellekästä	Hyvin epämiellekästä	En osaa sanoa
Keskusteluun osallistuminen julkisilla keskustelufoorumeilla	●	●	●	●	●	●
Keskusteluun osallistuminen julkisissa chateissa	●	●	●	●	●	●
Kahdenkeskinen keskustelu chatissa	●	●	●	●	●	●
Kahdenkeskinen keskustelu kysymys-vastaus palveluissa esim. Nettipappi, PN	●	●	●	●	●	●
Pelit	●	●	●	●	●	●
Videoiden tuottaminen	●	●	●	●	●	●
Jumalanpalvelusten verkkolähetykset	●	●	●	●	●	●
Vapaaehtoistoiminnan koordinointi työntekijöiden kesken	●	●	●	●	●	●
Vapaaehtoisten rekrytointi	●	●	●	●	●	●
Vapaaehtoistoiminnan toteuttaminen, esim. verkkokeskusteluissa	●	●	●	●	●	●
Sisäinen viestintä	●	●	●	●	●	●
Yhteisöpalveluissa läsnäoleminen ja keskustelu, esim. Facebook, Google+	●	●	●	●	●	●
Harrasteryhmissä läsnäoleminen ja keskustelu	●	●	●	●	●	●
Oikean tiedon välittäminen	●	●	●	●	●	●
Vertaisryhmätoiminta, esim. sururyhmät	●	●	●	●	●	●

IV. Verkkotyön tulevaisuus

40. Tulevaisuudessa seurakuntani työ sosiaalisessa mediassa tulee...

- ☐ Lisääntymään
- ☐ Väheneeseen
- ☐ Pysymään ennallaan

41. Millaista haluaisit kirkon verkkotyön olevan tulevaisuudessa?

42. Mitä pitäisi tapahtua, jotta tämä olisi mahdollista?

*Kirkkohallituksessa tehdään aika ajoin erilaisia kirkon henkilöstöä koskevia kyselytutkimuksia. Jotta voisimme tehdä mahdollisimman luotettavia otoksia eri henkilöstöryhmistä ja jotta voisimme tiedottaa tehtyjen tutkimusten tuloksista mahdollisimman tehokkaasti asianmukaisille työntekijäryhmille, tarvitsemme sitä varten koottua yhteystietorekisteriä. Voimmeko lisätä Sinun sähköpostiosoitteesi tätä tarkoitusta varten koottuun yhteystietorekisteriin?

- ☐ Ei
- ☐ Kyllä, sähköpostiosoitteeni on:

*Haluatko osallistua 50 euron lahjakortin (Globe Hope ja S-Ryhmä) arvontaan?

- ☐ Ei
- ☐ Kyllä, yhteystietoni ovat:

Jos sinulla on joitakin ajatuksia tästä kyselystä, joita haluaisit välittää kyselyn tekijöille, voit kirjoittaa palautteesi tähän.

Kiitos vastauksistasi!