

# Ovet auki!

Suomen evankelis-luterilaisen kirkon  
viestintäohjelma 2023

Kirkon viestintä



# Ovet auki – Suomen evankelis-luterilaisen kirkon viestintäohjelma 2023

## Sisällys

|   |    |
|---|----|
| Ohjelma viestintäsi tueksi .....                        | 3  |
| Kirkollisen viestinnän missio .....                     | 4  |
| 1. Ovet auki ulospäin .....                             | 5  |
| 2. Ovet auki kirkkoon ja kasvuun .....                  | 7  |
| 3. Ovet auki kaikille .....                             | 8  |
| 4. Ovet auki yhteiselle työlle ja kumppanuuksille ..... | 10 |
| 5. Ovet auki uusille mahdollisuuksille .....            | 10 |
| 6. Ovet auki tulevaisuuteen .....                       | 11 |
| Jokainen on viestijä .....                              | 12 |
| Kirkon viestintäroolit .....                            | 13 |
| Seurakunta ja seurakuntayhtymä .....                    | 13 |
| Hiippakunta .....                                       | 13 |
| Kirkkohallitus ja Kirkon viestintä .....                | 14 |
| Muut kirkon viestintätoimijat .....                     | 14 |

*Tekstissä sisennetyt ja kursivoitdut osuudet ovat esimerkkejä ja/tai vinkkejä ja/tai linkkejä lisätietoihin, eivät varsinaista ohjelmatekstiä, ja ne voivat päivittyä viestintäohjelman verkkoversioon.*

## Kirkollinen viestintä

- pohjautuu kirkon ydinsanomaan
- on rohkeasti kristillistä
- on ajankohtaista ja avointa
- on keskustelevaa ja kunnioittavaa
- on selkeää ja saavutettavaa
- tunnistaa erilaisten kohderyhmien tarpeet
- uudistuu jatkuvasti viestinnän kanavien ja teknologioiden kehittyessä.

# Ohjelma viestintäsi tueksi

Suomen evankelis-luterilaisen kirkon viestintäohjelma 2023 perustuu kirkon [Ovet auki -strategiaan](#). Ohjelma on tarkoitettu jokaisen kirkon toimijan tueksi ja inspiraatioksi viestintään ja vuorovaikutukseen. Viestintäohjelma osoittaa viestinnällistä suuntaa, jotta sanoma Kristuksesta liikkuu siellä, missä ihminen kulkee. Se auttaa näkemään viestinnän kirkon mahdollisuutena olla läsnä ihmisten elämässä.

Kirkko kutsuu ihmisiä Jumalan yhteyteen ja rohkaisee välittämään lähimmäisistä ja luomakunnasta. Toteutamme tätä tehtävää viestinnän ja vuorovaikutuksen, kuuntelun ja keskustelun kautta. Kirkon kaikki toiminta – se mitä ja miten toimimme – välittää viestiä. Viestintä ja vuorovaikutus on siis kirkon ydintoimintaa. Samaan aikaan viestinnän tehtävänä on tukea ja tehdä näkyväksi kaikkea kirkon toimintaa.

Hyödynnä tätä ohjelmaa, kun suunnittelette ja linjaatte oman yhteisönne viestintää. Poimi ja kehitä sitä osa-aluetta, joka on teidän yhteisönne vuorovaikutuksen kannalta olennaista.

Viestintäohjelman työstämisessä on hyödynnetty mm. kirkon viestijöille suunnattua Viestinnän ammattilaiset -kyselyä (ProCom 2019), kirkkoherroille suunnattua viestintäkyselyä (Kirkon viestinnän suunta 2019), kolmen Viestinnän ja vuorovaikutuksen pastoraali -kurssin tehtäviä viestintäohjelmasta sekä syksyllä 2020 kirkon viestijöiden parissa toteutettua palvelumuotoilutyöpajaa. Luonnos on lisäksi ollut useiden eri tahojen kommentoitavana. Kiitos kaikille!

Viestintä elää kuitenkin ajassa, joten kutsumme sinut edelleen kehittämään yhteistä viestintää ja mukaan jakamaan parhaita viestinnän ja vuorovaikutuksen käytäntöjä. Lähetä esimerkkejä ja linkkivinkkejä päivitettäväksi viestintäohjelman verkkoversioon.

Kokonaiskirkollisessa viestintäselvityksessä opetellaan parhaillaan kokeilujen kautta, kuinka kirkon eri toimijat voivat tehostaa yhteistä viestintää, välttää päällekkäisyyttä ja saada vaikuttavuutta viestintään entistä vahvemmallalla yhteistyöllä ja koordinaatiolla. Viestintäohjelma päivitetään selvityksen valmistuttua.

*Eeva-Kaisa Heikura*

Vt. viestintäjohtaja

Kirkon viestintä

# Kirkollisen viestinnän tehtävä

Suomen evankelis-luterilaisen kirkon tehtävä on ilmaistu kirkkolaissa ja Ovet auki -strategiassa. Kirkkolain mukaan kirkon tehtävä on julistaa Jumalan sanaa ja jakaa sakramentteja sekä toimia kristillisen sanoman levittämiseksi ja lähimmäisenrakkauden toteuttamiseksi. Kirkon Ovet auki -strategiassa ilmaistu perustehtävä eli missio on edistää Jumalan valtakuntaa ja julistaa Jeesusta Kristusta maailman pelastajana.

Kirkon yhteisiksi arvoiksi on kirkon strategiassa määritelty usko, toivo ja rakkaus (1 Kor 13:13).

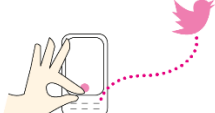












*”Uskon kautta syntyvä yhteys Jumalaan luo kristityn ja seurakunnan elämään perustan. Toivon taustalla on Jeesuksen lupaus Jumalan oikeudenmukaisuudesta, huolenpidosta ja iankaikkisesta elämästä. Rakkaus merkitsee lähimmäisistä välittämistä aina ja kaikkialla.”*

*(Ovet auki - Suomen ev.lut.kirkon strategia vuoteen 2026)*

Tämä missio ja nämä arvot ohjaavat kirkon viestintää. Kirkollisen viestinnän tehtävänä on toteuttaa kirkon tehtävää muuttuvassa yhteiskunnassa ja uskonnollisessa kentässä sellaisin viestein, teoin ja vuoropuheluin, jotka koskettavat niin kirkon jäseniä kuin muitakin.

On tärkeää huomioida, kenelle ja kenen kanssa viestitään, ja kertoa sanomasta ja kirkon työstä tilanteeseen soveltuvalla ja kohderyhmää puhuttelevalla tavalla. Myös muuttuvassa yhteiskunnassa kirkolla on tärkeä rooli yhteiskuntavastuun kantajana ja arvokeskustelijana, ja tämä rooli kannattaa tehdä näkyväksi.

## Kirkko muuttuvassa viestintäympäristössä

|  |   |  |   |
|--|---|--|---|
| <p><b>DIGITALISAATIO</b><br/>Nopeasti muuttuva ja liikkuva viestintä, jossa jokainen voi olla sisällöntuottaja 24/7.</p>                  | <p><b>KIRKKORAKENNUKSEN OLOHUONEENA</b><br/>Digitaalisuuden vastapainona tarve kohdata ja olla läsnä.</p>  | <p><b>MEDIAKENTÄN FRAGMENTOITUMINEN</b><br/>Pajon kanavia ja medioita. Some ja toimituksellinen media printistä digiin.</p>  | <p><b>YHTEISKUNNAN MUUTOS</b><br/>Monikulttuurinen ja -uskontoinen Suomi.</p>              |
| <p><b>YHTENÄISKULTTUURIN VÄHENEMINEN</b><br/>Moniäänisyys lisääntyy: työpaikoilla ja puolueissa on monilla eri tavoilla ajattelevia.</p>  |   | <p><b>ARVOJEN JA MERKITYKSEN ETSINTÄ</b><br/>Yksittäisiä keulakuvia ja vaikuttajia kuunnellaan ja tarvitaan.</p>            |   |
| <p><b>KIELTEINEN Keskustelukulttuuri</b><br/>Vihapuhe.</p>    |   | <p><b>HENGELLISYYDEN / HENKISYYDEN TARPEEN LISÄÄNTYMINEN</b></p>    |   |
| <p><b>DISINFORMAATIO</b><br/>Trollaus, kybervaikuttaminen.</p>    | <p><b>JÄSENYYPDEN MERKITYKSEN VÄHENYMINEN</b></p>    | <p><b>VUOROPUHELUA HANKALOITTAVAT MIELIKUVAT</b><br/>Kirkon konservatiiviset tai syrjivät ulostulot.</p>                  | <p><b>KOHDERYHMIEN ERIITYMINEN</b><br/>Kaikkea kaikille -viestinnän toimimattomuus.</p>  |

*Kirkon toimintaympäristöstä ja sen muutoksesta kertoo nelivuotiskertomus [Uskonto arjessa ja juhlassa, Suomen evankelis-luterilainen kirkko vuosina 2016–2019](#)*

Kristuksen kirkon lähimmäisenrakkautta korostava tehtävä, arvot ja sanoma ovat kirkon vahvuus. Kirkollinen viestintä tulee lähelle ihmistä ja tuo uskoa, toivoa ja rakkautta hänen elämäänsä.

## 1. Ovet auki ulospäin

**Kirkko on läsnä ihmisen arjessa ja juhlassa.** Viestimme antaa voimaa arkeen, lohduttaa kriiseissä ja avaa kirkkovuoden pyhien ja kristillisten perhejuhlien merkityksen nykypäivän ihmiselle.

**Viestimme avoimesti.** Kerromme sekä valtakunnallisesti että seurakuntatasolla avoimesti ja ymmärrettävällä tavalla kirkon hallinnosta, päätöksistä, tulevaisuuden näkymistä ja suunnitelmista.

*Tiedon avoimuus lisää ihmisten mahdollisuutta vaikuttaa asioihin. Siispä päättävien elinten esityslistat, päätökset ja yhteystiedot nettiin!*

**Kuuntelemme ja keskustelemme.** Kirkon julkinen keskustelu on toimivaa vuoropuhelua, kuuntelevaa ja kunnioittavaa dialogia. Liitymme keskusteluihin, ja nostamme itse tärkeitä arvo- ja muita teemoja esiin. Olemme läsnä niillä viestintäareenoilla, joissa ihmiset keskustelevat. Kykenemme reagoimaan nopeastikin esimerkiksi sosiaalisessa mediassa.

*Menemme mukaan myös turuille ja toreille, yhteistyökumppaneiden kanssa, keskelle kylää ja kuhinaa.*

**Hyödynnämme rohkeasti viestinnän eri keinoja.** Toimituksellisen median kanssa teemme tiivistä yhteistyötä. Omat kanavamme hoidamme hyvin. Otamme käyttöön myös markkinointiviestinnän lukuisat keinot: kampanjat, tempaukset, pop-upit, sisältömarkkinoinnin, hakukoneoptimoinnin... Mainonnan ja todellisuuden välillä on aina vallittava sopusointu – täytämme arvolupauksen, joka viestissä annetaan.

*Malmin seurakunta sai kunniamaininnan ProComin Oma media -kilpailussa kuolemaa ja pyhäinpäivää käsittelevästä Älä pelkää -mediakokonaisuudesta. Kokonaisuuteen kuuluivat seurakunnan Älä pelkää -lehti ja siihen liittyneet sosiaalisen median sisällöt, viisiosainen Kuolleiden podcast -sarja sekä Malmin hautausmaalla järjestetty Lasten pyhäinpäivä -tapahtuma.*

**[Malmin seurakunta sai viestinnästään kunniamaininnan Oma Media -kilpailussa - Kirkko ja kaupunki](#)**

**Hoidamme omat kanavamme ammattitaitoisesti.**

Ajantasaisilla verkkosivuilla kuvataan toiminnan perustiedot, päätökset ja ajankohtaiset asiat sekä tarjotaan linkki hengelliseen elämään. Tarinoiden kautta herätetään kiinnostusta ja motivoidaan esimerkiksi kirkollisiin toimituksiin.

Sosiaalista mediaa hoidetaan tavoitteellisesti oman yhteisön sisältöstrategian ja kohderyhmien mukaisesti.

Kirkoissa ja muissa seurakuntien omistamissa tiloissa järjestetään yhdessä seurakuntalaisten kanssa laadukkaita kohtaamisia ja tapahtumia, ja videot ja striimit vievät ne kirkkoseinien ulkopuolelle.

Seurakuntalehti on edelleen monen seurakuntalaisen ainoa kontakti seurakuntaan ja hengelliseen elämään.

Radio- ja televisiotuotanto täydentävät mediapaletin.

## 2. Ovet auki kirkkoon ja kasvuun

**Viestimme eri ikäisille ja eri elämäntilanteissa oleville ihmisille.** Muistutamme kasteen roolista ja siitä, että seurakunta on turvallinen paikka kasvaa. Kutsumme ihmisiä hengellisen kasvun polulle koko elämän aikana. Otamme huomioon, että ihmisten hengelliset tarpeet ovat erilaisia ja vaihtelevat yksilötasolla elämänkaaren eri vaiheissa.

*Viestinnässä on hyvä liittyä mm. Polku-kokonaissuunnitelmaan. Se on toimintamalli, joka ohjaa koko seurakuntaa toimimaan niin, että lapsi, nuori ja aikuinen voi elää kristittyinä seurakunnan yhteydessä, itselleen tyypillisillä tavoilla.*

**[Polku - toimintamalli - evl.fi](#)**

**Kohtaamme ja kutsumme ihmisiä henkilökohtaisesti.** Instituution äänen sijaan annamme tilaa kasvoille ja ihmisen äänelle. Vahvistamme viestinnän keinoin kirkon jäsenyyttä ja jäsenkokemusta.

*Helsingin seurakunnissa seurakunnan alueelle muuttaneelle jäsenelle tai kirkkoon juuri liittyneelle postitetaan tervetulopaketti, joka sisältää tervehdyksen lisäksi lahjana neljä erilaista jääkaappimagneettia. Tervetulopakettia on pidetty tärkeänä, sillä se kohtaa seurakuntalaisen äärimmäisen kriittisellä hetkellä: Insight 360 -analyysi osoittaa, että kirkosta erotaan erityisesti juuri muuttojen yhteydessä. Tunnettuustutkimuksen empatia-analyysi puolestaan osoitti, että kirkosta eroamisen taustalla on useammin merkityksettömyyden kokemus kuin negatiiviset tunteet. Joten kun Helsingin seurakuntien tervetulopaketin viestit ja visuaalisuus uudistettiin keväällä 2021, tärkeimpänä tavoitteena oli tuottaa ydinkohderyhmää visuaalisesti ja sisällöllisesti puhuttelevaa materiaalia, joka koskettaa tunteen, järjen ja arvojen tasolla.*

*Ylivoimaisesti suurin muuttajaryhmä Helsingin seurakuntien alueella ovat 18-35-vuotiaat milleniaalit, mikä teki heistä tervetulopaketin ydinkohderyhmän. Niin sanottuja perinteellisiä säilyttäjiä ja turvallisuushakuisia uskollisia on muuttajien joukossa yhteensä ainoastaan 5 prosenttia.*

*Uudistustyössä keskityttiin siihen, millainen sisältö ja lähestymistapa tukisivat parhaiten tavoitteemme toteutumista kohderyhmässä. Ensisijaisen tärkeää on lukijalähtöisyys: katse käännettiin kirkosta tervetulopaketin saajaan. Viesteissä keskityttiin toiminnan esittelemisen sijaan huomioimaan vastaanottaja yksilönä ja seurakunnan jäsenenä ja kohtaamaan hänet tunteen tasolla. Huomioimme tilanteen ja mielentilan, jossa vastaanottaja kirjeen saa: muutto on aina merkittävä käänne ihmisen elämässä. Se, missä, miten ja miksi asuu, voi vaikuttaa ihmisen identiteettiin asti. Tervetulopaketin kuvituksen kuva-aihiot ovat Helsingin tunnettuja kohteita, joista syntyy urbaani, mutta tuttu kotiseutufiilis.*

*Koska tervetulopaketti lähtee kirkon jäsenille, on tärkeää, ettei heitä puhutella kuin he olisivat ulkopuolisia tai kirkolle vieraita. Sen sijaan olisi synnyttävä tunne siitä, että kirkolla on hänellekin annettavaa ja muistutettava, että hän on seurakunnalle ja Jumalalle merkityksellinen. Halusimme tervetulopaketin pohjimmiltaan henkivän yksinkertaista ajatusta: tervetuloa, olet yksi meistä ja se on mahtavaa!*



**Kutsumme tapahtumiin kuvaavalla ja visuaalisella viestinnällä.** Kerromme tapahtumista ja kohtaamisista niin, että harvoin osallistuvakin innostuisi ja rohkaistuisi mukaan. Seurakuntalaiset ovat mukana paitsi tekemässä myös viestimässä, ja kannustamme ja tuemme heitä siinä.

**Kehitämme kirkon tunnistettavuutta.** Kirkon yhteistä ilmettä kehitetään edelleen. Tunnistettavuus ja sitä kautta laajempi huomioarvo saavutetaan yhdessä tekemällä. Seurakuntien ei tarvitse visuaalisesti kilpailla keskenään.

Yhtenäisen ilmeen ansiosta seurakuntalainen tunnistaa oman seurakuntansa. Kun seurakuntien visuaaliset ilmeet etenevät kohti sukulaisuutta, se auttaa ihmisiä hahmottamaan kirkon kokonaisuutena.

**Mahdollistamme kirkon vuorovaikutteista toimintaa digitaalisesti.** Digitaalisuus tuo mahdollisuuksia niin hengellisyyden toteuttamiseen kuin vaikkapa diakoniatyöhönkin. Toteutamme verkkohartauksia, striimattuja jumalanpalveluksia ja muita paikasta riippumattomia hengellisyyden ja yhteisöllisyyden muotoja. Teemme tuotantoja yhdessä yhteistyökumppaneiden kanssa. Etsimme uusia vuorovaikutteisia digitaalisia väyliä ja kanavia ja otamme niitä rohkeasti viestinnänkin käyttöön.

### 3. Ovet auki kaikille

**Kirkko on moniääninen.** Kirkolla on yksi ydinsanoma, mutta monta tapaa ilmaista sitä.

*Jumala osoitti rakkautensa maailmalle antamalla ainoan Poikansa, jottei kukaan häneen uskova tuhoudu vaan saa ikuisen elämän. (Joh. 3:16, UT2020)*

Sanoman leviämisen kannalta on hyvä, jos sanomaa viedään eteenpäin monin painotuksin ja erilaisin tyylein. On tärkeää, että kirkon sisällä eri lailla asioista ajattelevat pystyvät kuuntelemaan myös erimielisiä ja käymään rakentavaa ja kunnioittavaa vuoropuhelua. Samaan kirkkoon mahtuu eri tavalla ajattelevia, joita yhdistää usko Kolmiyhteiseen Jumalaan.

[Kunnioittava keskustelu - evl.fi](#)

[Rakentavan keskustelun pelisäännöt - Erätauko \(eratauko.fi\)](#)

**Tuemme viestinnällä monimuotoista kristityn identiteettiä.** Tiedostamme, että on monta tapaa olla seurakuntalainen ja kristitty. Tavoitteena on avartaa kristillisen identiteetin käsitettä niin, ettei ihmisen tarvitse epäillä, onko hän riittävän kristitty, jotta hän kuuluu joukkoon.

*”Jos Tuomasta [Akvinolainen] on uskominen, kristittyä ei määritellä hänen ominaisuuksiensa, mielipiteidensä, käyttäytymisensä tai puhetapojensa perusteella.*

*Olennaista on kristityn suhde Kristukseen, se, että hän on Kristuksen oma.”  
(Arkkipiispa Tapio Luoma kirkolliskokouksen avauspuheessa elokuussa 2021)*

Pyrimme tavoittamaan viestinnällä varsinkin heitä, jotka eivät ole kirkon toiminnassa aktiivisesti mukana, mutta myös heitä, jotka eivät ole enää tai vielä kirkon jäseniä. Vuoropuheluun millenniaalien sukupolven kanssa panostamme erityisesti.

*”Millenniaalien ja z-sukupolven kohdalla on kiinnitettävä huomiota viestinnän tapoihin. Institutionaalinen viestintä ei puhuttele nuorten aikuisten sukupolvia. He kaipaavat henkilökohtaista viestiä esimerkiksi vertaisiltaan tai sosiaalisen median vaikuttajilta. Osallistujien omalla viestinnällä on merkittävä asema mielikuvien luomisessa. On mietittävä, miten kirkko ja seurakunnat voivat vastata omalla näkökulmallaan medioissa esille tuleviin ilmiöihin. Luonteva ja vuorovaikutteinen kirkon työntekijöiden läsnäolo on välttämätöntä. Viestinnän on oltava proaktiivista. Kirkon on tärkeää osallistua yhteiskunnassa käytävään keskusteluun ja puhua ja toimia arvojensa puolesta, niin kirkon työntekijöiden kuin seurakuntalaisten kautta.”  
(Kirkolliskokouksen tulevaisuusvaliokunnan mietintö 1/2021)*

**Viestimme vastaanottajaa ja kansaviestijää kuunnellen ja osallistaen.** Hyödynnämme palvelumuotoilun, käyttäjälähtöisen suunnittelun keinoja. Annamme seurakuntalaisen äänelle tilaa viestinnässä.

*Palvelumuotoilukokeilussa pohdittiin, mitä seurakunta voisi tarjota alle kolmikymppiselle naiselle, joka on rippikoulun jälkeen etäännytynyt seurakunnasta ja tällä hetkellä vähän tympääntynyt kirkkoon. Erilaisten harjoitteiden kautta määriteltiin 28-vuotias Roosa ja kehiteltiin ekoretriitti-konsepti. Sinne saisi tulla ”sellaisena kuin on” ja siellä saisi olla ”yksilönä yhteisössä”. Ekoretriitin viestintäkonsepti testattiin Roosan ikäisillä nuorilla naisilla: ”Mistä huomaisit tällaisen viestin? Mikä saisi sinut oikeasti kiinnostumaan tästä asiasta? Mitkä asiat /teemat/tyylit innostaisivat sinua? Mikä saisi sinut priorisoimaan tämän? Miltä seurakunta sinusta näyttää? Miten kuvaa voisi muuttaa? Mitkä asiat ovat tärkeitä?” Vastaukset paitsi ohjasivat konseptin kehittämistä myös loivat ymmärrystä siihen, mitä Roosan kaltainen kirkolta toivoo.*

**Viestimme saavutettavasti.** Tavoitteena on, että kirkon viesti on kaikkien ihmisten saatavilla. Huolehdimme digitaalisten kanaviemme saavutettavuudesta ja selkeästä kielestä kaikessa viestinnässä. Huolehdimme myös toisen kotimaisen kielen sisällöistä ja kehitämme viestintää ja vuorovaikutusta saamen kielen, viittomakielen ja muidenkin kielitarpeiden mukaan.

*Verkkosivut suunnitellaan ja toteutetaan helposti navigoitaviksi ja erilaisten apuvälineiden kanssa yhteensopiviksi. Saavutettavuus voi tuntua haastavalta, mutta koulutusta ja oppia on saatavilla. [Verkkosivustojen saavutettavuus - evl.fi](https://www.evl.fi/verkkosivustojen-saavutettavuus)*

## 4. Ovet auki yhteiselle työlle ja kumppanuuksille

**Hyödynnämme yhteistyön voimaa.** Verkostoidumme niin kirkon sisällä kuin ulkoisten yhteistyökumppaneidenkin kanssa.

Annamme mahdollisuuksia seurakuntalaisten osaamiselle ja toimimiselle viestinnässä. Opastamme ja valmennamme kiinnostuneita viestimään.

Menemme sinne, missä muutkin seudun toimijat ovat. Teemme yhteistyötä toisten kristillisten kirkkojen ja uskonnollisten yhteisöjen kanssa. Etsimme aktiivisesti ja innovatiivisesti uusia media- ja muita kumppaneita ja yhteistyötä.

*Yhteistyön lisäksi on hyvä pohtia viestinnässä sitä, mitä tarkoittaa, että Kristuksen kirkko on maailmanlaajuinen hengellinen yhteisö. Poissulkevatko sanavalintamme muita kirkkokuntia? Tätä pohditaan kirkolliskokouksen toiveesta myös kokonaiskirkollisessa viestintäselvityksessä. Ks. tulevaisuusvaliokunnan mietintö: <http://domus.evl.fi/ktwebscr/fileshow?doctype=3&docid=1845860&version=0>*

**Etsimme ja kehitämme yhteisiä keskustelu- ja yhteistoimintaympäristöjä.** Jaamme kirkon viestijöiden kesken avoimesti tietoa, sisältöjä ja parhaita käytäntöjä. Verkostoidumme ja järjestämme yhteisiä koulutuksia ja työpajoja.

*Kokonaiskirkon viestintäselvitys valmistuu tämän viestintäohjelman voimassaolon aikana. Sieltä saamme suuntaviivoja yhteisen työn kehittämiseen.*

## 5. Ovet auki uusille mahdollisuuksille

**Huolehdimme viestinnän perusasioista.** Huolehdimme siitä, että

- viestinnän työkalut ja niiden osaaminen ovat kunnossa
- vuosittaiset ja erityissuunnitelmat, kuten kriisiviestintäsuunnitelma, ovat ajan tasalla ja harjoiteltuina
- yhtenäiset ohjeistot ja suunnitelmat ovat helposti saavutettavissa
- työntekijät saavat tarvitsemaansa tukea ja koulutusta viestimiseen.

**Uskallamme uudistua.** Kuljemme kohti uusia kanavia ja keinoja, vuorovaikutteisuutta ja digitalisaation uusia ulottuvuuksia. Tuemme pop-up-kulttuuria, kokeilemme rohkeasti, vaikka aina emme onnistuisikaan. Uskallamme myös luopua vanhasta, kun sen aika on.

*Joskus pop up -toiminta ei vaadi suuria satsauksia. Linkin takana esimerkki lumen luomisesta, joka nousi otsikoihin. [Itäväylä \(itavayla.fi\)](https://www.itavayla.fi)*

**Arvioimme, mittaamme ja opimme.** Asetamme vaikuttavuustavoitteita, mittaamme oikeita asioita, seuraamme mittareita ja keräämme palautetta. Näiden avulla pystymme jatkuvasti kehittymään ja kehittämään toimintaamme.

*Viestinnän ja erityisesti vaikuttavuuden mittaamisen sanotaan usein olevan vaikeaa. Hyvään alkuun mittaamisessa ja arvioinnissa pääsee kanavakohtaisella analytiikalla, mediaseurannalla ja -analyysillä, mainetutkimuksilla, työtyytyväisyyskyselyillä tai asiakaskyselyillä.*

[Viisi estettä viestinnän mittaamiselle ja tikapuut niiden yli - Viestijät \(viestijat.fi\)](https://www.viestijat.fi)

## 6. Ovet auki tulevaisuuteen

*Millainen on tulevaisuuden kirkko? Tervetuloa toivottava? Ihmiskasvoinen? Rohkea? Rakastava?*

**Pohdimme rohkeasti kirkkomielikuvaa.** Ihmisen mielikuva kirkosta vaikuttaa hänen tapaansa lähestyä kirkkoa ja sen sanomaa. Mielikuva ohjaa jopa päätöstä, ollako jäsen vai eikö olla. Mielikuva on aina olemassa ihmisen mielessä, vaikuttamme siihen tai emme.

Mielikuvaan voidaan myös vaikuttaa tietoisesti. Kun suuri osa ihmisistä kohtaa kirkon monenlaisten viestimien välityksellä, jokaisella kirkon toimijan jokaisella viestintäteolla on merkitystä. Tavoitteena on tehdä viestintää, joka koskettaa.

Kirkkomielikuvaa voidaan rakentaa myös yhtenäisellä ja lähestyttävällä visuaalisella ilmeellä.

*”Miten Raamatun tekstit puhuttelisivat juuri niitä ryhmiä, joita kirkon on vaikea puhutella, esimerkiksi millenniaaleja? Heidän todellisuutensa on täynnä taidolla nikkaroituja mainostekstejä ja keskenään kilpaa huutavia viestejä. Voisivatko Raamatun tekstit näyttäytyä heille aivan eri tavalla uusina, kiinnostavina ja jopa eksoottisina?” (Lainaus viestintäohjelman luonnoksen kommentteista)*

Kirkkomielikuvaa ja yhteistä ilmettä tuetaan ja rakennetaan myös yhdessä kirkon eri toimijoiden kanssa Vahvuusryhmässä. Pohdintaa ja työstöä johtaa Kirkon viestintä.

*Vahvuusryhmä on vuodesta 2013 alkaen toiminut verkosto, jossa on tehty työtä kirkon yhteisen tavoitemielikuvan kirkastamiseksi. Verkosto on ollut avoin kirkon omille organisaatioyksiköille ja ”Järjestöt ja kirkko” -yhteistyösopimuksen solmineille järjestöille sekä kirkon virallisille lähetysjärjestöille.*

**Puhumme kirkosta ylpeänä hyvää ja sen sanomasta rohkeasti iloiten.** Kirkon toimijoiden omalla puheensävyllä on suuri merkitys mielikuviin.

**Kehitämme aktiivisesti työyhteisön omaa viestintää ja esihenkilöviestintää.** Avoimesti viestivä ja luontevasti keskusteleva työyhteisö voi hyvin. Silloin on helppoa ja rehellistä puhua hyvää kirkosta.

Jokaisella on myös vastuu jakaa tietoa työyhteisössä, hakeutua yhteisen tiedon äärelle sovitussa kanavissa ja huolehtia hyvästä viestintäilmapiiristä. Esihenkilötehtävissä nämä vastuut korostuvat.

## Jokainen on viestijä

Jokainen kirkon toimija on viestijä. Siis sinäkin, jos olet kirkon työntekijä, luottamushenkilö, vapaaehtoinen tai seurakuntalainen. Viestinnän vastuut ja mahdollisuudet ovat yhteisiä.

*”Vuorovaikutusosaaminen edellyttää, että työntekijä hyödyntää dialogisuuden, viestinnän sekä ohjauksen osaamistaan monipuolisesti ja tilannetajuisesti.” Näin sanotaan kirkon ammattien yhteisessä ydinosaamiskuvauksessa kohdassa Vuorovaikutusosaaminen. Lue lisää: [Kirkon työntekijän ydinosaaminen - evl.fi](#)*

Jokainen kohtaaminen on viesti. Jokaisessa kohtaamisessa on mahdollisuus vaikuttaa mielikuviin uskosta ja kirkosta. Myös somessa ja julkisessa keskustelussa tarvitaan kirkon eri toimijoiden rakentavaa ääntä. Kirkon työntekijä edustaa kirkkoa ja omaa seurakuntaansa aina myös sosiaalisessa mediassa ja muussa julkisessa esiintymisessä.

*Tiedosta vastuusi viestijänä. ”Ole lojaali työntajasi ja kollegoitasi kohtaan myös somessa. Arvosta työkavereiden tekemää työtä. Älä käsittele työyhteisön sisäisiä asioita julkisesti”, muistuttaa Kirkon viestinnän someohje. Lue myös piispojen antama sosiaalisen median ohje: [Piispojen ohje kirkon työntekijälle sosiaalisessa mediassa | Lapuan hiippakunta](#)*

Toimivaan viestintään tarvitaan myös koordinoitua, kehittämistä, suunnittelua, seuranta, arviointia ja työkaluja. Siksi kirkossa tarvitaan myös viestinnän ammattilaisia, heitä, jotka ammatikseen pohtivat viestintää ja kehittävät kirkon viestintäosaamista. Paras yhteistyön tulos saadaan aikaan silloin, kun viestinnän asiantuntija on mukana työryhmissä alusta alkaen ja viestintävastaava on mukana yksikön johtoryhmässä.

*Toimiva viestintä tarvitsee riittävät resurssit, hyvät työkalut ja mahdollisuuden pysyä ajan tasalla.*

Viesti rohkeasti! Ole oma itsesi ja luota siihen, että osaat. Liity yhteisiin linjauksiin, ilmeeseen ja sovittuihin toimintatapoihin. Jos tuntuu, että kaipaavat rohkaisua, pyydä apua. Tukea ja kannustusta saat seurakunnan, hiippakunnan ja Kirkon viestinnän viestijöiltä.

## Kirkon viestintäroolit

Kirkollisen viestinnän toimijat ovat monella tapaa verkostoituneet, ja verkostoitumista tulee kehittää edelleen. Vuoropuhelu, hyvä yhteistyö ja yhdessä kehittäminen ovat edellytyksiä vaikuttavalle viestinnälle.

Eri tahojen viestintäroolit on tässä kuvattu yleisesti. Viestinnän järjestelyissä ja vastuissa voi olla suuriakin yksikkökohtaisia eroja.

## Seurakunta ja seurakuntayhtymä

Yksittäisillä seurakunnilla on avainrooli kirkon viestinnässä.

Seurakunnan viestintää johtaa kirkkoherra. Hän vastaa viestinnän suunnitelmista, kehittämisestä ja resurssoinnista ja on usein myös ykkösääni mediassa.

Luottamushenkilöillä on keskeinen rooli viestinnän strategisessa ohjaamisessa ja linjaamisessa, viestinnän avoimuuden vaalimisessa ja viestinnän resurssien varmistamisessa. Luottamushenkilö myös muokkaa omalla viestinnällään mielikuvaa seurakunnasta ja kirkosta.

Eryteisesti seurakuntayhtymissä ja isoissa seurakunnissa viestinnän ammattilaiset huolehtivat viestinnän keinoista, työkaluista ja ohjeistuksista ja tukevat muita viestimään.

Viestintä on osa jokaisen työntekijän tehtävää, sillä jokainen on oman työnsä ja oman sidosryhmänsä paras asiantuntija. (Ks. kohta Jokainen on viestijä.)

Seurakuntalainen on myös tärkeä viestinnän toteuttaja ja kehittäjä. Monissa seurakunnissa seurakuntalaiset ovat mukana tuottamassa sisältöjä esimerkiksi sosiaaliseen mediaan.

Henkilökohtaisen tason viestintä on helppoa ottaa vastaan, ja se voi muokata vahvasti yhteisön identiteettiä ja mielikuvia siitä.

## Hiippakunta

Piispa vastaa hiippakuntansa viestinnästä, ja piispat ovat vahva kirkon ääni myös valtakunnallisessa julkisessa keskustelussa.

Hiippakunnassa on viestintävastaava, viestinnän eri osa-alueiden viestintävastaavia ja/tai viestintätiimi. Hiippakunnan viestijät tukevat piispaa häneen viestinnässään ja hoitavat kapitulin yhteistä viestintää. Hiippakunta pitää yhteyttä alueen medioihin ja tekee viestintäyhteistyötä alueensa viestijöiden kanssa. Hiippakunnat myös järjestävät koulutusta alueensa viestijöille.

Viestintä kuuluu myös kaikkien hiippakunnan asiantuntijoiden tehtävään, ja jokainen toimii asiantuntijaviestijänä omissa verkostoissaan.

## Kirkkohallitus ja Kirkon viestintä

Kirkkohallituksessa jokainen asiantuntija on oman alansa viestijä. Kirkon viestintä koordinoi ja johtaa Kirkkohallituksen viestintää.

Kirkkohallituksessa toimiva erillisyksikkö Kirkon viestintä vastaa kirkon valtakunnallisesta viestinnästä ja edistää kirkon yhteiskunnallista vaikuttamista ja näkyvyyttä. Osana valtakunnallista viestintää Kirkon viestintä hoitaa piispainkokouksen, täysistunnon ja kirkolliskokouksen viestintää.

Kirkon viestintä -erillisyksikkö tukee seurakuntia ja muita kirkon toimijoita näiden viestinnässä mm. tuottamalla yhteisiä viestintäsisältöjä, kirkon yhteisiä verkkosivustoja, kirkon yhteistä työntekijäintranetiä sekä seurakuntien Lukkari-alustaa. Lisäksi Kirkon viestintä tuottaa Yleisradion kanssa yhteistyössä radion ja television suomenkieliset hartausohjelmat.

Kirkon ruotsinkielisen työn keskus vastaa kirkon ruotsinkielisestä valtakunnallisesta viestinnästä, mm. päätösviestinnästä sekä sosiaalisen median sisällöistä, tiiviissä yhteistyössä Kirkon viestinnän kanssa sekä tuottaa Yleisradion ruotsinkieliset hartausohjelmat yhteistyössä Yleisradion kanssa.

Kirkon viestintä vastaa mm. viestinnän ja vuorovaikutuksen pastoraalikursseista sekä Kirkon viestintäpäivistä.

## Muut kirkon viestintätoimijat

Kirkollisilla järjestöillä ja herätysliikkeillä on olennainen rooli kirkollisessa viestinnässä sekä valtakunnallisesti että omien erityissidosryhmiensä osalta.

Kirkon lähetysjärjestöt ja Kirkon ulkomaanapu tekevät merkittävää työtä kirkon kansainvälisen työn viestinnässä. Kirkon lähetysjärjestöt ovat myös perussopimuksella sitoutuneet kirkon linjauksiin ja yhteistyöhön viestinnässä.

Tärkeä osa kirkon kokonaisviestintää ovat myös kaupalliselta pohjalta viestivät toimijat.