

# Ovet auki!

Suomen evankelis-luterilaisen kirkon viestintä- ja vuorovaikutusohjelma vuoteen 2026



# Ovet auki – Suomen evankelis-luterilaisen kirkon viestintä- ja vuorovaikutusohjelma vuoteen 2026

## Sisällys

Johdannoksi: Ohjelma viestintäsi tueksi ..... 2

### **1. Kirkon viestintä pähkinäkuoressa ..... 3**

Viestinnän tehtävä kirkossa ..... 3

Kirkon tapa viestiä ..... 4

Kirkon viestinnän arvot ..... 4

Kirkon viestinnän sävymääreet ..... 5

### **2. Syvemmälle viestintään ..... 6**

1. Ovet auki ulospäin ..... 6

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 ..... 11

6. Ovet auki tulevaisuuteen ..... 12

Kirkon viestintäroolit ..... 12

Seurakunta ja seurakuntayhtymä ..... 13

Hiippakunta ..... 13

Kirkkohallitus ja Kirkon viestintä ..... 13

Muut kirkon viestintätoimijat ..... 14

Jokainen on myös viestijä ..... 14

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

# Johdannoksi: Ohjelma viestintäsi tueksi

”Suomen evankelis-luterilaisen kirkon viestintä- ja vuorovaikutusohjelma vuoteen 2026” on tarkoitettu jokaisen kirkon toimijan tueksi ja inspiraatioksi viestintään ja vuorovaikutukseen. Ohjelma osoittaa viestinnällistä suuntaa. Se auttaa näkemään viestinnän kirkon mahdollisuutena olla läsnä ihmisten elämässä ja välittää evankeliumia rakastavasta Jumalasta.

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

Tämän viestintä- ja vuorovaikutusohjelman pohjana on vuoden 2023 ohjelma eli se perustuu edelleen täysin kirkon **Ovet auki -strategiaan**. Strategiakauden alussa sovittiin, että viestintäohjelmaa päivitetään vuonna 2023 päättyvän kokonaiskirkollisen viestintäselvityksen myötä. Päivitystä tehtäessä on hyödynnetty erityisesti **Kokonaiskirkollisen viestintäselvityksen** sekä **Kohti yhteistä ilmettä -projektin** työskentelyjä ja materiaaleja. Kiitos kaikille työstöön osallistuneille! Sisältöön on lisätty ajankohtaisia huomioita paitsi yhteiseen ilmeeseen liittymisestä, myös muun muassa teköälystä, viestinnän vaikuttavuudesta, kohderyhmälähtöisyydestä sekä ekumeniasta ja uskontodialogista.

Viestintä elää ajassa, joten kutsumme sinut edelleen kehittämään yhteistä viestintää ja mukaan jakamaan parhaita viestinnän ja vuorovaikutuksen käytäntöjä. [Lähetä esimerkkejä ja linkkivinkkejä päivitettäväksi viestintäohjelman verkkoversioon osoitteeseen kirkonviestinta@evl.fi.](#)

*Eeva-Kaisa Heikura*

Viestintäjohtaja

Kirkon viestintä, Kirkkohallitus

# 1. Kirkon viestintä pähkinänkuoressa

## Viestinnän tehtävä kirkossa

[VISUAALINEN ESITYS]

Kirkon kaikki toiminta – se mitä ja miten toimimme – välittää viestiä. Viestintä monikanavaisena vuorovaikutuksena on siis kirkon toiminnan ytimessä, ei muusta toiminnasta erillinen toiminto. Viestintä on osa jokaisen kirkon toimijan tehtävää (ks. kohta Jokainen on myös viestijä).

Samaan aikaan viestintä on oma strateginen toimintonsa, joka

- toteuttaa organisaation strategisia tavoitteita ja missiota ammattimaisen viestinnän keinoin
- tekee näkyväksi kaikkea sitä, mitä kirkossa tehdään
- tavoittaa myös ne, joille kirkon toiminta on vieraampaa
- näyttää suuntaa organisaation viestinnälle ja tukee organisaation kehittymistä yhä dialogisemmaksi vuorovaikuttajaksi
- tukee muita kirkon toimijoita viestinnässä ja vahvistaa viestinnällistä ajattelua omassa yhteisössään
- vaatii suunnitelmallisuutta, resurssia sekä ajantasaisia työkaluja ja osaamista.

Kirkkolain mukaan Suomen evankelis-luterilaisen kirkon tehtävä on julistaa Jumalan sanaa ja jakaa sakramenteja sekä toimia kristillisen sanoman levittämiseksi ja lähimmäisenrakkauden toteuttamiseksi (Kirkkolaki, 2 §). Kirkon Ovet auki -strategiassa ilmaistu perustehtävä eli missio, kirkon olemassaolon tarkoitus, on edistää Jumalan valtakuntaa ja julistaa Jeesusta Kristusta maailman pelastajana.

Kirkollinen viestintä toteuttaa tätä tehtävää muuttuvassa yhteiskunnassa sellaisin viestein, teoin ja vuoropuheluin, jotka koskettavat niin kirkon jäseniä kuin muitakin. Kirkolla on myös tärkeä rooli yhteiskuntavastuun kantajana ja arvokeskustelijana, ja tämä rooli kannattaa tehdä vahvasti näkyväksi.

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

*Kirkon toimintaympäristöstä ja sen muutoksesta kertoo nelivuotiskertomus **Uskonto arjessa ja juhlassa, Suomen evankelis-luterilainen kirkko vuosina 2016–2019**. Seuraava nellivuotiskertomus ilmestyy syksyllä 2024.*

## Kirkon tapa viestiä

### Kirkollinen viestintä

- pohjautuu kirkon ydinsanomaan ja on rohkeasti kristillistä
- on tunnistettavaa, selkeää ja saavutettavaa
- on elämyksellistä ja oivaltavaa
- on ajankohtaista ja avointa
- on kunnioittavaa, vuoropuheluun kannustavaa ja vastavoima polarisaatiolle
- tunnistaa erilaisten kohderyhmien tarpeet
- uudistuu viestinnän kanavien ja teknologioiden kehittyessä.

## Kirkon viestinnän arvot

Kirkon yhteisiksi arvoiksi, toimintaa ohjaaviksi peruseriaatteiksi, on kirkon strategiassa määritelty **usko, toivo ja rakkaus** (1 Kor. 13:13). Viestijöiden tehtävä on huolehtia, että arvot välittyvät kaikessa viestinnässämme ja tavassamme toimia. Kirkon on myös oltava keskustelemassa arvoistaan, erityisesti nuorten kanssa. Tehtävämme on myös tukea kirkon eri toimijoita nostamaan uskosta, toivosta ja rakkaudesta kertovat teot näkyviin ja saataville.

*”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)*

## Miten USKO näkyy kirkon viestinnässä?

### Esimerkiksi

- Välitämme monimuotoisia Pyhän kokemuksen mahdollisuuksia ja Jumalan läsnäolon viestiä.
- Kirkolliset juhlat, pyhäpäivät, hartaudet ja rukous ovat keskeisiä viestinnän sisältöjä ja kristilliset symbolit näkyvät visuaalisessa viestinnässämme.
- Kuvaamme uskoa myös yhteisöä yhdistävänä voimana, joka rohkaisee ihmisiä toimimaan yhdessä hyvän puolesta.
- Annamme tilaa uskon kysymyksille ja mahdollisuuden etsiä sitä, miten itse toteuttaa hengellisyyttään.

### TARKISTUSLAUSEKE

Näkykö viestinnässämme se, että olemme uskova ja uskoa etsivä yhteisö?

## Miten TOIVO näkyy kirkon viestinnässä?

### Esimerkiksi

- Vahvistamme toivoa tässä ajassa ja toivoa ikuisesta elämästä.
- Kerromme kasteen lahjasta ja siunauksen suojasta.
- Nostamme esiin seurakuntien ja kirkon tarjoamaa monipuolista apua ja tukea ja seurakuntalaisten osuutta siinä.
- Autamme palveluiden ja palveluprosessien selkeässä kuvaamisessa, jotta apu on helppo löytää.
- Olemme yhdessä yhteisinä vahvoja toimijoita ja tukijoita kriisitilanteissa ja tuemme kriisissä myös viestinnän keinoin.

## TARKISTUSLAUSEKE

Lisääkö viestintämme ihmisen toivoa?

## Miten RAKKAUS näkyy kirkon viestinnässä?

Esimerkiksi

- Kerromme Kristuksen armosta ja Jumalan rakkaudesta kaikissa elämän vaiheissa.
- Olemme viestinnässämme aina ihmisen puolella ja kerromme jokaiselle ihmiselle tasavertaisesti kuuluvasta ihmisarvosta.
- Nostamme esiin heikommassa elämäntilanteessa olevien ääntä ja luomakunnan hädän ääntä.
- Rakennamme, emme riko. Kanavissamme on nollatoleranssi vihapuheelle.

## TARKISTUSLAUSEKE

Onko viestimme ihmisen puolella?

## Kirkon viestinnän sävymääreet

Nämä adjektiivit ja verbit ohjaavat kirkon viestinnän äänensävyä, tilanne- ja kohderyhmäkohtaisesti.

### Adjektiivit

Pyhä

– Jumalan todellisuuden kosketus, yhteydessä suurempaan.

Armollinen

– Rikkoo vaatimusten paineen.

Rohkea

– Kristinuskon asialla maailmassa, uskallusta toimia Jeesuksen mallia seuraten.

Merkityksellinen

– Tästä ajasta ja ikuisuudesta tämän päivän ihmiselle.

### Verbit

Vahvistamme uskoa ja tuemme toivoa.

Kuljemme vierellä.

Rakennamme yhteyttä ja mahdollistamme keskustelun.

## 2. Syvemmälle viestintään

### 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 kirkon arvopohjasta ja uskosta käsin, 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. Hyödynnämme myös markkinointiviestinnän lukuisia keinoja, kuten suoramarkkinointia, digimarkkinointia, vaikuttajaviestintää, kampanjoita, tempauksia, pop-upeja, sisältömarkkinointia, hakukoneoptimointia ja niin edelleen.

Keinoja ja kanavia on runsaasti. Siksi on tärkeää analysoida, mitkä kohderyhmät kulloinkin haluamme tavoittaa ja mitkä kanavat ja sisällöt tavoittavat heidät tehokkaimmin. Yhtä tärkeää on seurata analytiikkaa ja ymmärtää, millainen viestintä kussakin kanavassa kohdennettuna tietyille kohderyhmälle toimii parhaiten.

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, viisisainen 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 mahdollisuus hiljentyä verkossa olevien hengellisten sisältöjen äärellä. Tarinoiden kautta herätetään kiinnostusta ja motivoidaan esimerkiksi kirkollisiin toimituksiin.

Liitymme omassa sisältöstrategiassamme kirkon yhteiseen Ovet auki -viestintä- ja vuorovaikutusohjelmaan ja hoidamme sosiaalista mediaa tavoitteellisesti ja valitsemiemme 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, vaikkapa yhteistyössä paikallisradion kanssa.

*Jouluradio oli vuonna 2023 Suomen kolmanneksi tavoittavin radiokanava ja nuorten keskuudessa ykkönen. Jouluradio on ev.lut. seurakuntien lahja kuuntelijoille, sillä sen mahdollistavat seurakunnat ympäri Suomen. Jouluradio ja Kirkko ja kaupunki ovat osa samaa mediaperhettä. **Jouluradio.fi - TERVETULOA JOULUMUSIIKIN KOTIIN!***

## 2. Ovet auki kirkkoon ja kasvuun

**Viestimme eri ikäisille ja eri elämäntilanteissa oleville ihmisille.** Muistutamme kasteen merkityksestä 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.

On tärkeää huomioida, kenelle ja kenen kanssa viestitään, ja kertoa sanomasta ja kirkon työstä tilanteeseen soveltuvalla ja kohderyhmää puhuttelevalla tavalla. Sukupolvien vaihtuessa tapahtuva kulttuurinen muutos kutsuu kirkkoa uudistamaan toiminta- ja viestintätapojaan. Kuulemisen, kohtaamisen ja yhdessä tekemisen kautta kristillinen usko muovautuu yhä uudelleen tuoden merkityksiä uusien sukupolvien elämään.

*Viestinnässä on hyvä liittyä mm. Polku-kokonaissuunnitelmaan ja Millenniaalien poluille. Polut ovat toimintamalleja, jotka ohjaavat koko seurakuntaa toimimaan niin, että lapsi, nuori ja aikuinen voi elää kristittynä seurakunnan yhteydessä itselleen tyypillisillä tavoilla.*



### [Polku-toimintamalli - EVL Plus](#)

### [Millenniaalien polut - EVL Plus](#)

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

**Kutsumme tapahtumiin kuvaavalla ja visuaalisella viestinnällä.** Kerromme tapahtumista ja kohtaamisista tavoitteellisesti, kuvin ja videoin ja muutenkin niin, että harvoin osallistuvakin innostuisi ja rohkaistuisi mukaan. Seurakuntalaiset ovat toimintamme ja viestintämme sydämessä. Heidän tarinansa tekevät viestinnästä aitoa ja elävää, mikä kutsuu ihmisiä luontevasti mukaan toimintaamme. Kannustamme ja tuemme seurakuntalaisia jakamaan omia kokemuksiaan ja olemaan aktiivisia sanansaattajia.

**Mahdollistamme kirkon vuorovaikutteista toimintaa digitaalisesti.** Digitaalisuus tuo mahdollisuuksia niin hengellisyyden toteuttamiseen kuin vaikkapa diakoniatyöhönkin. Toteutamme verkkohartauksia, striimattuja jumalanpalveluksia, kirkkokahvihetkiä ja muita paikasta riippumattomia hengellisyyden ja yhteisöllisyyden muotoja. Luomme yhteisöjä viestinnän keinoin eri kanaviin ja tuemme jo olemassa olevia kokoontuvia yhteisöjä muodostamaan myös viestintäyhteisöjä. 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 tuhoutu 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. Keskitymme vuoropuheluun erityisesti millenniaalien ja sitä nuorempien sukupolvien kanssa.

*”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.

**Viestimme monikielisesti.** Suomen ja ruotsin kielen lisäksi kehitämme viestintää ja vuorovaikutusta myös mm. saamen kielellä ja viittomakielellä. Huomioimme muuttuvan kieliympäristön ja käytämme tarpeen mukaan muita kieliä viestinnässämme. Etsimme aktiivisesti ratkaisuja monikieliseen viestintään.

*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](#)*

## 4. Ovet auki yhteiselle työlle ja kumppanuuksille

**Teemme ja kehitämme entistä enemmän yhdessä.** Työstämme yhdessä kirkon yhteisiä sisältöjä ja jaamme sisältöjä yhteiseen käyttöön yhteisillä alustoilla, kuten Kirkon viestijät -Teams-ryhmässä, aineistopankissa ja Lukkarissa: parhaita käytäntöjä, esimerkkejä, malleja, valmiita materiaaleja. Verkostoidumme ja järjestämme yhteisiä koulutuksia ja työpajoja. Ennen kuin teemme, mietimme aina, kenet voisi kutsua yhteiseen työhön. Annamme mahdollisuuksia seurakuntalaisten osaamiselle ja toimimiselle viestinnässä. Opastamme ja valmennamme kiinnostuneita viestimään.

**Liitymme kirkon yhteiseen visuaaliseen ilmeeseen ja visuaaliseen kirjastoon (Design system).** Yhtenäinen ja yhteinen ilme auttaa ihmisiä hahmottamaan kirkkomme kokonaisuutena ja liittää vieraaltakin kuulostavat nimet Suomen suurimpaan hengelliseen yhteisöön. Yhteisen ilmeen avulla saavutetaan laajempi huomioarvo, kun seurakunnat eivät kilpaile visuaalisesti keskenään. Yhtenäisen ilmeen ansiosta seurakuntalainen tunnistaa myös oman seurakuntansa. Paikallisuus saadaan yhteisessä ilmeessä esiin tietyin elementein, joten sen merkitys ei vähene. Visuaalista kirjastoa, design systemiä, hallinnoi Kirkon viestintä.

***[Linkit yhteisen ilmeen materiaaleihin/Design systemiin, joka julkaistaan syksyllä 2024]***

**Hyödynnämme yhteistyön voimaa.** Verkostoidumme paitsi kirkon sisällä myös ulkoisten yhteistyökumppaneiden kanssa. Menemme sinne, missä muutkin seudun toimijat ovat. Etsimme aktiivisesti ja innovatiivisesti uusia media- ja muita kumppaneita ja yhteistyötä.

**Toteutamme viestinnässä arjen ekumeniaa ja uskontodialogia.** Etsimme ymmärrystä toisella tavalla ajatteleviin kristittyihin ja muiden uskontojen edustajiin myös viestimällä ekumeenisista ja muiden uskontojen edustajien kohtaamisista.

***[Ekumenia arjessa ja kansainvälisesti - evl.fi](#)***

***[Uskontodialogi - evl.fi](#)***

[Suomen Ekumeeninen Neuvosto \(ekumenia.fi\)](https://www.ekumenia.fi)

<https://uskot.fi/>

## 5. Ovet auki uusille mahdollisuuksille

**Huolehdimme viestinnän perusasioista**, 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.

**Kehitämme viestinnän vaikuttavuutta ja saavutettavuutta.** Asetamme viestinnälle saavuttavuus- ja vaikuttavuustavoitteita. Määritämme tavoitteille mittarit sekä mittaamiselle työkalut ja keräämme palautetta. Seuraamme mittareita, analysoimme tuloksia ja muokkaamme tekemistämme tulosten perusteella.

- *Mediaseuranta ja sen analyysi [linkki lisäsisältöön]*
- *Kanavakohtainen analytiikka, digitaalisen median mittarit [linkki lisäsisältöön]*
- *Mainetutkimukset, kuten Luottamus ja maine [linkki sisältöön/design systemiin]*
- *Tunnettuustutkimukset [linkki sisältöön/design systemiin]*

**Hyödynnämme rohkeasti ja vastuullisesti tekoälyä.** Tekoälyn tarjoamat työkalut voivat nopeuttaa monia aikaa vieviä kirjoitustöitä. Tekoälyä voi hyödyntää videoiden, kuvien ja käännösten teossa, se voi analysoida, tehdä tiivistelmiä, optimoida, ehdottaa otsikoita, selkokielistää, muotoilla tekstejä - ja paljon muuta, mitä emme vielä nyt tunnistaakaan. Emme käytä tekoälyn tuotteita tarkistamatta faktoja, tyyliä ja kieltä. Tunnetun tietoturvan merkityksen tekoälyn käytössä.

*Työkaluja (lista päivittyy, tarkista työyhteisösi käyttämät työkalut)*

- *ChatGPT*
- *Microsoft Copilot*
- *ChatBase*
- *Microsoft Designer*
- *Eleven Labs*
- *HeyGen*

**Valtiovarainministeriön eettiset ohjeet tekoälyn käyttöön.**

**Uskallamme uudistua.** Uskallamme luopua vanhasta tekemisestä ja kanavista, kun luopumisen aika on. Kokeilemme rohkeasti uusia viestinnän keinoja ja kanavia ja tyyllilajejakin, etsimme yhä vuorovaikutteisempaa viestintää ja digitalisaation uusia ulottuvuuksia. Tuemme pop-up-kulttuuria, kokeilemme rohkeasti, vaikka aina emme onnistuisikaan.

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

## 6. Ovet auki tulevaisuuteen

**Tutkimme ja kehitämme kirkkomielikuvaa ja kirkon mainetta.** Kirkon maineella, ihmisen mielikuvalla kirkosta on tutkimusten mukaan suora korrelaatio muun muassa siihen, haluaako hän olla jäsen, kuulla kirkon kantoja, peukuttaa kirkkoa tai tulla töihin kirkkoon. Mielikuva on aina olemassa ihmisen mielessä, vaikutamme siihen tai emme.

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

Kirkkomielikuvaa rakennetaan myös yhtenäisellä ja lähestyttävällä visuaalisella ilmeellä (ks. kohta. Ovet auki yhteiselle työlle ja kumppanuuksille).

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 äänensävyllä 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.

## 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.

Erityisesti 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.

## Jokainen on myös viestijä

Jokainen kirkon toimija on myös 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 ja seurakuntalainenkin edustavat 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 kaipaat rohkaisua, pyydä apua. Tukea ja kannustusta saat seurakunnan, hiippakunnan ja Kirkon viestinnän viestijöiltä.