

## **Espoon seurakuntien viestintäohjelma 2017–2021**

### **1. Viestintäympäristön muutos**

Viestintäympäristön muutos jatkuu voimakkaana. Viestinnän välineet ja kanavat kehittyvät jatkuvasti. Selkeä pitempiaikainen trendi on mobiiliviestinnän jatkuva ja voimakas kasvu. Myös visuaalisuuden ja liikkuvan kuvan merkitys korostuu. Samaan aikaan viestintä henkilöityy ja tarinallistuu. Median käyttötavat ja kanavat eriytyvät: Eri ikäpolvet hyödyntävät mediaa merkittävässä määrin eri tavoin.

Mediapuolella verkkouutisoinnin nopeus on johtanut jatkuvaan uutiskilpailuun. Mediaa kulutetaan yhä enemmän verkon kautta, mutta toisaalta kuluttajat ovat edelleen haluttomia maksamaan verkkouutisista. Tämä on tuottanut mediayhtiöille vaikeuksia ansaintalogiikan kanssa. Printtimedian suosion lasku on johtanut myös jakelun osalta hinnankorotuksiin, mikä puolestaan on entisestään vaikeuttanut perinteistä mediatuotantoa. Uutiskilpailu on vaikuttanut myös siihen, että tieto tarjoillaan sirpaleina ja väriä tietoja joudutaan korjaamaan jälkepäin. Tästä johtuen tasapuoliselle, perustellulle tiedolle ja journalismille on yhä suurempi tarve. Tämä kaikki vaikuttaa myös seurakuntien yhteisen median tuottamiseen.

Sosiaalinen media on haastanut perinteisen median asemaa. Massamedia ei ole enää ainoa tapa saada viestiään laajaan tietoisuuteen. Esimerkiksi bloggaajilla ja tubettajilla on yhä suurempi vaikutus omien kohderyhmiensä parissa. Sosiaalinen media on seurakunnille ennen kaikkea mahdollisuus.

Seurakuntien viestintä taistelee tilasta ja huomiosta erittäin kalliisti tuotetun sisällön kanssa; toisaalta huomiota voi saada myös hyvin edullisilla toteutuksilla. Onnistumisen kannalta olennaista on aitous ja ajatus. Seurakuntien viestinnässä tarvitaan kuitenkin jatkossa nykyistä enemmän markkinointiosaamista.

Digitaalisen viestinnän merkityksen kasvaessa yhteiskunnassa on myös heitä, joilla ei ole pääsyä sähköisiin medioihin. Viestinnässä tulee ottaa huomioon myös heidät, jotka eivät käytä verkkoa.

### **2. Espoon seurakuntien viestinnän perusteet**

Espoon seurakuntien viestintä toteuttaa Espoon seurakuntien strategiaa. Tästä käsin viestinnän tehtävänä on

- pitää esillä kristillistä uskoa, tulevaisuuden toivoa ja lähimmäisenrakkautta
- kannustaa kohtaamiseen ja vuorovaikutukseen
- tarjota elämyksiä ja herättää tunteita
- etsiä aktiivisesti uusia viestintätapoja vanhojen rinnalle tai tilalle
- antaa seurakunnista ja kirkosta todenmukainen kuva.

**Ydinviesti:** Armoa, oikeutta, osallisuutta

Ydinviesti nousee Espoon seurakuntien arvopohjasta. Kirkko Espoossa -strategiassa arvoiksemme on määritelty armo, oikeudenmukaisuus ja osallisuus. Niihin tiivistyy seurakuntien olemassaolon ja toiminnan

ydin. Seurakuntayhteisö toimii Jumalan armon välittäjänä, oikeudenmukaisemman ja armollisemman elämän ja yhteiskunnan puolesta.

### **Toimijat**

Espoon seurakuntien viestinnässä seurakuntalaiset, luottamushenkilöt ja seurakuntien työntekijät ovat kaikki keskeisiä viestinnän toimijoita.

**Viestintäpalvelut** vastaa seurakuntien yhteisestä viestinnästä, viestinnän rakenteista kuten seurakuntalehdistä ja verkkosivuista, yhteistyöstä muiden seurakuntayhtymien ja kirkkohallituksen kanssa sekä näiden osa-alueiden kehittämisestä ja koordinoinnista.

**Seurakunnat** vastaavat omasta viestinnästään. Seurakuntien tiedottajat hoitavat työnkuvien mukaisesti viestinnän tehtäviä.

**Jokaisella työntekijällä** on viestintävastuunsa. Viestintään saa apua ja tukea viestinnän ammattilaisilta.

**Seurakuntalaisella** tulee on mahdollisuus viestintävastuisiin ja -tehtäviin seurakunnassaan.

**Viestinnän toimikunta** ohjaa Espoon seurakuntien viestintää ohjesääntönsä mukaisesti.

**Kirkko ja kaupunki -medialla** on oma toimituksensa. Se vastaa työstään median yhteisjohtokunnalle.

Kirkon ääni syntyy kaikkien seurakunnan jäsenten, luottamushenkilöiden ja kirkon työntekijöiden äänistä. Jokainen voi toimia omalta osaltaan kirkon äänenä yhteiskunnassa ja omassa lähiympäristössään.

### **Kohderyhmät**

Seurakuntien viestintä palvelee kaikkia seurakuntalaisia, alueen asukkaita, mediaa ja muita, jotka tarvitsevat tietoa Espoon seurakunnista.

Markkinointiviestintää kohdennetaan kampanjakohtaisesti eri kohderyhmille.

## **3. Espoon seurakuntien viestinnän tavoitetila 2021**

Viestintä toteuttaa omalta osaltaan Espoon seurakuntien visiota.

Vision toteutumisesta seuraa, että vuonna 2021:

Kirkko Espoossa on näkyvä ja tunnettu osa espoolaisten arkea. Se tunnetaan aktiivisena ja ennakkoluulottomana toimijana, joka on uskollinen sanomalleen, avoin kohtaamiselle ja joka toimii uskon ja lähimmäisenrakkauden puolesta niin lähellä kuin kaukana.

## **4. Viestinnän toimenpiteet ja linjaukset tavoitetilan saavuttamiseksi**

Toimenpiteet ja linjaukset nousevat Kirkko Espoossa -vision toteuttamista ohjaavista periaatteista.

### **Puheemme Jumalasta ja tekomme ovat rohkeita, monipuolisia ja yllättäviä**

- Nostamme esiin kirkon sanomaa, arvoja ja perustoimintaa sekä seurakunnan toimijoiden asiantuntijuutta viestinnän ja markkinoinnin keinoin.

- Panostamme seurakuntien näkyvyyteen kaupungissa ja yleisötapahtumissa. Hyödynnämme näkyvyydessä Kirkko Espoossa -yhteisöilmettä yhtenäisesti ja laajasti. Etsimme uusia näkymisen paikkoja ihmisten arjesta ja kulkureiteiltä, kauppakeskuksista ja liikennevälineistä.
- Tuemme kirkon arvojen mukaista ohjelmatuotantoa Kirkon Mediasäätiön kautta.
- Seurakuntien viestinnässä pyrimme yllätyksellisyyteen, elämyksellisyyteen ja henkilökohtaisuuteen.
- Seurakunnat tarjoavat tukea ja kirkollisia toimituksia eri elämänvaiheisiin. Näihin liittyvät viestintämateriaalit tuotamme mahdollisimman laadukkaasti ja kohderyhmät huomioiden.
- Kohdennamme viestintää ja markkinointia selkeästi eri kohderyhmille.
- Tuemme viestinnällisesti uusia kohtaamisen tapoja ja projekteja ja teemme niissä tarvittaessa yhteistyötä oman organisaation ulkopuolisten toimijoiden kanssa.

### **Kohtaamisemme on kuuntelevaa ja kunnioittavaa**

- Kannustamme työntekijöitä toimimaan sosiaalisessa mediassa luovasti ja kokeillen. Tarjoamme siihen tarvittavaa koulutusta ja toimivat työvälineet.
- Huolehdimme siitä, että kaikissa viestintämateriaaleissa näkyy vastaanottajan kunnioittaminen.
- Tuemme lasten kristillistä identiteettiä jatkamalla Lastenkirkko-palvelun tuottamista yhdessä muiden toimijoiden kanssa. Etsimme tapoja olla läsnä myös nuorten käyttämissä medioissa relevanteilla tavoilla.
- Osallistumme kirkon yhteisiin sosiaalisen median hankkeisiin, joiden kautta voidaan yhdessä tuottaa ihmisille merkittäviä kohtaamispaikkoja ja palveluja, ja joiden tuottaminen itse ei ole taloudellisesti mahdollista tai järkevää.
- Jokainen seurakunnan työntekijä tai vapaaehtoinen on seurakunnan viesti. Sovimme hyvän kohtaamisen periaatteista.
- Kehitämme yhteistä palautejärjestelmää ja hyödynnämme tarkemmin ja kokonaisvaltaisemmin saatua palautetta.

### **Rakastamme lähimmäistä**

- Nostamme viestinnän keinoin esiin lähimmäisenrakkauden teemoja ja kannustamme vastuunkantoon sekä vapaaehtoisuuteen.
- Kannustamme työyhteisöä ja seurakuntalaisia vaikuttamaan näiden teemojen puolesta ja tarjoamme vaikuttamiseen viestinnällistä tukea.

### **Arvostamme jäsenyyttä**

- Seurakuntien jäsenille tarjoamme oman median: suomenkielisten seurakuntien jäsenille Kirkko ja kaupungin yhteisen kirkkovaltuuston hyväksymän yhteistyösopimuksen mukaisesti ja Esbo svenska församlingin jäsenille Kyrkpressen-lehden.  
Tavoitteenamme on, että vuoden 2017 alussa aloittava pääkaupunkiseudun yhteinen Kirkko ja kaupunki kasvaa jäsenille merkittäväksi mediaksi myös verkossa ja sosiaalisessa mediassa.  
Huolehdimme, että Espoon seurakunnilla on tiiviit yhteydet toimitukseen.
- Etsimme viestinnällisesti uusia tapoja jäsenten kohtaamiseen. Pidämme esillä syitä kirkkoon kuulumiseen ja siihen liittymiselle. Huomioimme myös eroamista harkitsevat ja eronneet.
- Markkinointiresursseja suuntaamme nykyistä laajemmin koko jäsenkunnalle. Tämä tarkoittaa vahvempaa panostusta myös niihin jäseniin, joiden suhde seurakuntaan on etäinen.

## **Elämme luontevasti muutoksessa**

- Otamme viestinnässä huomioon Espoon kansainvälistymisen ja monikulttuurisuuden: viestimme suomen ja ruotsin lisäksi laajemmin myös muilla seurakuntien työssä käytetyillä kielillä. Pyrimme tavoittamaan uusia kieliryhmiä näiden käyttämien medioiden ja sosiaalisen median kanavien kautta.
- Viestinnän kehittämisen painopiste on digitaalisessa viestinnässä ja sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisen median suunnitelmassa asetamme selkeät tavoitteet eri kanaville. Kehitämme toimintaamme entistä vuorovaikutteisempaan ja osallistavampaan suuntaan. Kutsumme seurakuntalaisia entistä vahvempaan vastuunkantoon.  
Seuraamme digitaalisen median kehitystä aktiivisesti ja kehitämme digitaalisia palveluja. Kokeilemme uusia alustoja ja välineitä ennakkoluulottomasti.
- Toimimme yhdessä seurakuntien kanssa seurakuntiin kuulumattomien tavoittamiseksi.
- Jatkamme viestinnässä määrätietoisesti yhteistyötä muiden seurakuntien, hiippakuntien ja kirkkohallituksen sekä paikallisten kumppanien kuten Espoon kaupungin kanssa.
- Otamme viestinnässä käyttöön nopeatahtisemman suunnittelu- ja arviointirytmien, joka mahdollistaa joustavamman reagoinnin.
- Tuemme viestinnällisesti seurakuntien ympäristökasvatustyötä. Painotuotteissa käytämme ympäristöystävällisiä materiaaleja ja prosesseja.

## **Muita viestintään liittyviä linjauksia**

### **Henkilöstö**

- Työyhteisöviestinnälle sovitaan yhteiset tavoitteet ja niitä tukevat toimintalinjaukset.
- Viestintäorganisaatiota kehitetään. Viestintäohjelman voimassaoloaikana etsitään mallia, miten viestintään liittyviä palveluita voitaisiin parhaiten tuottaa seurakunnille ja yhtymän viraston palveluyksiköille. Tavoitteena on hyödyntää viestinnän resursseja mahdollisimman tehokkaasti ja poistaa päällekkäistä työtä. Tarvittaessa hyödynnetään jo edellisessä viestintästrategiassa ollutta mahdollisuutta siirtää tiedottajien palvelussuhteita tai osaamista eri organisaatioyksiköiden kesken.

### **Viestinnän tuloksellisuuden seuraaminen**

- Viestinnän vaikutusta seurataan jatkuvasti tutkimuksin sekä muilla määrällisillä ja laadullisilla mittareilla, jotka määritellään strategiakauden alussa ja joita tarvittaessa kehitetään. Tavoitteiden saavuttamista arvioidaan toimintakertomuksen yhteydessä.
- Strategiakauden alussa toteutetaan yhteisökuvatutkimus, joka palvelee seurakuntia myös toiminnan kehittämisessä. Seurantatutkimus tehdään viimeistään ennen strategiakauden päättymistä.

### **Lapset ja nuoret**

- Varataan tilaa lasten ja nuorten tuottamalle sisällölle.