

Espoon seurakuntien viestintäohjelma

Espoon seurakuntien viestintä – mitä se on?

Viestintä on vuorovaikutusta, läsnäoloa, viestin välittämistä ja kuuntelemista. Viestintää tapahtuu kasvokkain tai jonkun median välityksellä – aina kuitenkin ihmiseltä ihmiselle, ihmisten kesken.



Espoon seurakuntien viestintäohjelman tarkoituksena on ohjata ja tukea

- seurakunnan työntekijöitä ja viestinnän ammattilaisia
- seurakuntalaisia, vapaaehtoisia ja luottamushenkilöitä kunkin omassa viestintäroolissa.

1. Tehtävät, toimintaperiaatteet ja tavoitteet

Espoon seurakuntien viestintä toteuttaa Espoon seurakuntien strategiaa.

Tehtävämme viestijöinä on

- välittää uskoa, toivoa ja rakkautta
- tehdä seurakuntien elämää ja toimintaa näkyväksi – lisätä tietoisuutta ja kutsua mukaan

Erityisesti viestinnän ammattilaisten vastuulla on lisäksi

- palvella seurakuntalaisia ja alueen asukkaita heidän tiedontarpeissaan
- tukea seurakuntien työyhteisöviestintää
- innostaa ja tukea muita heidän viestinnässään

Viestintää ohjaavat seuraavat toimintaperiaatteet.

Viestintämme on rohkeaa ja puhuttelevaa. Se

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

Viestinnän strateginen tavoite on lisätä seurakuntien toiminnan ja kirkon sanoman näkyvyyttä ja tunnettuutta seurakuntalaisille ja espoolaisille merkityksellisellä tavalla.

2. Viestinnän roolit ja vastuut

Jokainen kohtaaminen on viestintää.

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

Seurakuntien työn sujuvuus varmistetaan hyvällä työyhteisöviestinnällä, jossa jokaisella on oma vastuunsa.

Seurakunnan jäsenet, vapaaehtoiset ja luottamushenkilöt

- Jokainen seurakuntalainen viestii omassa elämänpiirissään omista lähtökohdistaan. Seurakuntalaisilla tulee olla mahdollisuus viestintävastuisiin ja -tehtäviin seurakunnassaan.
- Vapaaehtoisilla on usein sovittuja viestintätehtäviä omaan vapaaehtoistehtävään liittyen. Nämä roolit sovitaan tapauskohtaisesti.
- Luottamushenkilöillä on näköalapaikka seurakuntien toimintaan ja päätöksentekoon. He toimivat kukin omissa verkostoissaan seurakuntien ja kirkon äänenä.

Jokainen työntekijä

- toimii viestijänä omassa työssään ja hänellä on omaan työhönsä liittyvä viestintävastuu.
- on oman työnsä asiantuntija ja voi tuoda omaa asiantuntemustaan esiin niin työyhteisön sisällä, verkostoissa kuin julkisuudessa. Viestintään saa apua ja tukea viestinnän ammattilaisilta.
- seuraa työyhteisön asioita sisäisissä kanavissa ja viestii oman työnsä keskeisistä asioista.

Esihenkilö / johto

- varmistaa, että tärkeät asiat ovat (oman yksikön) työntekijöiden tiedossa
- vastaa siitä, että työntekijöillä on riittävät valmiudet onnistua viestinnän tehtävissään
- viestii avoimesti ja aktiivisesti
- kantaa erityistä vastuuta seurakuntien yhteiskunnallisesta näkyvyydestä
- vastaa viestinnästä häiriö- ja kriisitilanteissa.

Viestinnän ammattilaiset

- vastaavat viestinnän suunnittelusta ja sovituilta osin toteutuksesta
- tukevat työntekijöitä heidän viestinnässään
- järjestävät viestintäkoulutusta
- vastaavat viestinnän rakenteista kuten seurakuntalehdistä, verkkosivuista ja visuaalisesta ilmeestä
- vastaavat mediaviestinnästä ja -seurannasta sekä pitävät yllä mediasuhteita
- vastaavat viestintäyhteistyöstä muiden toimijoiden kanssa

Viestinnän toimikunta ohjaa Espoon seurakuntien viestintää ohjesääntönsä mukaisesti. Kirkko ja kaupunki -medialla on oma toimituksensa. Se vastaa työstään median yhteisjohtokunnalle.

3. Yhteisöviestinnän linjaukset

Viestintä on valintoja: Mitä, kenelle, miten, missä, milloin, kuka ja kenen kanssa. Espoon seurakuntien suunta on määritelty strategiassa ja yhteisöviestinnän valinnoilla tuetaan tätä suuntaa.

Yhteisöviestinnän linjaukset tukevat ja ohjaavat erityisesti seurakuntien päätöksentekijöitä, työntekijöitä ja viestinnän ammattilaisia.

Viestinnän sisällöt. Viestinnän sisällöissä painotetaan strategisesti perusteltuja aiheita.

Keskeiset kohderyhmät. Strategian mukaisesti huolehdimme siitä, että viestimme erityisesti

- lasten, nuorten ja nuorten aikuisten kanssa
- heidän kanssaan, joilla ei ole kiinteää suhdetta seurakuntaan

ja huomioimme myös muunkieliset kohderyhmät.

Viestinnän kielet. Espoon seurakuntien tavoite on, että olemme vieraanvarainen ja kutsuva yhteisö eri kieli- ja kulttuuritaustoista tuleville ihmisille. Tämä tarkoittaa, että

- käytämme selkeää suomen ja ruotsin kieltä viestinnässämme
- viestimme säännöllisesti myös englanniksi
- tarpeen mukaan käytämme muita kieliä. Etsimme uusia ratkaisuja monikieliseen viestintään.
- myös kuvakielemme heijastaa espoolaista todellisuutta.

Viestinnän ilme ja sävy. Strategian mukaisesti terävöitämme Espoon seurakuntien brändiä niin, että seurakuntalaisten on helppo kääntyä seurakuntien puoleen erilaisissa elämäntilanteissaan. Tämän toteutamme niin, että

- liitymme brändikirjassamme kirkon yhteiseen ilmeeseen ja äänensävyyn ja päivitämme aineistomme sen mukaisesti
- koulutamme henkilöstön ja vapaaehtoiset uusien brändityökalujen käyttöön
- työstimme Espoon seurakuntien brändikirjan osaksi myös toimintaa ohjaavan *Näin toimimme* -huoneentaulun
- kehitämme brändikirjasta jokaisen viestintää tukevan työkalun.

Keskeiset kanavat ja keinot. Strategian asettamat kohderyhmät sekä tavoite jäsenten sitoutumisesta määrittelevät myös keskeisiä valittavia kanavia ja keinoja. Sen mukaisesti

- panostamme laajasti tavoittaviin kanaviin
 - lähetämme suomenkielisiin jäsentalouksiin Kirkko ja kaupunki -lehden ja tuemme Kirkko ja kaupunki -median digitaalista kehittämistä
 - lähetämme ruotsinkielisiin jäsentalouksiin Kyrkpressen -lehden
 - tuotamme Jouluradiota, joka on keskeinen kanava nuorten ja kirkosta etäämmällä olevien tavoittamisessa
 - teemme aktiivista mediaviestintää
- kohdennamme viestin mahdollisimman tarkasti
 - etsimme ja kokeilemme uusia tapoja nuorten sukupolvien ja eri kieliryhmien tavoittamiseen
 - hyödynnämme kaupallisia digitaalisia alustoja markkinoinnissa
 - teemme yhteistyötä vaikuttajien kanssa
 - käytämme suoramarkkinointia
- lisäämme vuorovaikutusta sosiaalisessa mediassa
 - kokeilemme rohkeasti uusia alustoja ja uusia toimintatapoja
- etsimme ja luomme tilaisuuksia keskustelunavauksille
 - sparraamme keskeisiä toimijoitamme yhteiskunnallisessa arvokeskustelussa
- pidämme omat verkkosivumme erinomaisessa kunnossa

Viestinnän suunnittelu ja arviointi. Hyvät taustaprosessit tukevat onnistumista, minkä vuoksi

- parannamme seurakuntien näkyvyyttä yhteisellä suunnittelulla ja toiminnalla. Priorisoimme yhdessä, minkä aiheiden ja tapahtumien näkyvyyteen panostetaan.
- käytämme viestinnän suunnittelussa palvelumuotoilun menetelmiä. Isommissa hankkeissa tutkimme tarkemmin viestinnän vaikuttavuutta.
- asetamme isommille projekteille selkeitä, mitattavia tavoitteita ja arvioimme onnistumisia. Käytämme tietoa toiminnan kehittämiseen.

Viestintäyhteistyö. Espoon seurakunnat tekee tiivistä viestintäyhteistyötä pääkaupunkiseudun seurakuntien ja kirkon viestinnän kanssa sekä etsii uusia kumppaneita aktiivisesti. Tämä tarkoittaa, että

- olemme sitoutuneet pääkaupunkiseudun yhteiseen mediatoimitukseen
- tuemme Kirkon mediasäätöön toimintaa.
- kehitämme lasten ja nuorten viestintää ja mediaa yhdessä muiden toimijoiden kanssa.
- kokeilemme Nuorten toimitus -toimintaa
- pyrimme tekemään viestintähankkeet yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa.

4. Viestinnän strategiset mittarit

Strategiassa on asetettu mittareita niin strategisille tavoitteille kuin toiminnallisille linjauksille. Niiden mukaisesti ja niitä osittain täydentäen viestinnän vaikuttavuutta seurataan seuraavien mittareiden avulla.

Tunnettuus. Tunnettuutta mitataan viestinnän tavoittavuutta osoittavien mittarien avulla.

- Medianäkyvyys eli Espoon seurakuntaan liittyvien mediaosumien määrä ja laatu. Laadulla tarkoitetaan sekä käsiteltyjen aiheiden tärkeyttä ja laajuutta, että sitä kuinka laajasti tavoittavassa mediassa osuma on. Näkyvyyttä seurataan ammattimaisin välinein jatkuvasti. Raportointi kausittain sekä toimintakertomuksen yhteydessä. Näkyvyyttä seurataan uutismedian lisäksi muiden tuottamassa sosiaalisessa mediassa.
- Omien sosiaalisen median kanavien tavoittavuus eri ikäryhmissä. Tavoittavuutta seurataan ammattimaisin välinein jatkuvasti. Raportointi kausittain sekä toimintakertomuksen yhteydessä.
- Omien verkkosivujen tavoittavuus. Verkkosivujen kävijämäärä sekä verkkosivujen kävijäkyselyt.

Vaikuttavuus. Vaikuttavuutta mitataan lisäksi erillisillä viestinnän onnistumista osoittavilla mittareilla. Niissä seurataan onnistumista etenkin strategisten kohderyhmien osalta.

- Tunnettuustutkimuksen kysymykset viestinnän onnistumisesta: Tavoittaako viestintä, millä viestinnällisillä alustoilla seurakunnat on kohdattu.
- Seurakuntamedian lukija/kävijätutkimusten kysymykset median tunnettuudesta ja median käytöstä.

5. Viestintäohjelman tarkistaminen

- Viestintäohjelma tarkistetaan uuden valtuustokauden alussa vuonna 2027.