

Juhani Leppälä

## **VOISIMMEKO OLLA YHDESSÄ ENEMMÄN**

**Kalajoen rovastikunnan seurakuntien viestinnän kehittäminen**

Opinnäytetyö

**CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU**

Tekniikan ylempi ammattikorkeakoulututkinto

Teknologiaosaamisen johtaminen - koulutusohjelma

Toukokuu 2014

## TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

<b>Yksikkö</b> Centria-ammattikorkeakoulu	<b>Aika</b> toukokuu 2014	<b>Tekijä/tekijät</b> Juhani Leppälä
<b>Koulutusohjelma</b> Teknologiaosaamisen johtaminen (ylempi AMK)		
<b>Työn nimi</b> VOISIMMEKO OLLA YHDESSÄ ENEMMÄN Kalajoen rovastikunnan seurakuntien viestinnän kehittäminen		
<b>Työn ohjaaja</b> KTT Pekka Nokso-Koivisto, Tkl Eero Pikkarainen		<b>Sivumäärä</b> 68 + 5
<b>Työelämäohjaaja</b> TT Timo Määttä, TM Kari Tirola, TT Kari Ruotsalainen		
<p>Tässä tutkimuksessa tutkittiin Kalajoen rovastikunnan 11 seurakunnan viestinnän kehittämismahdollisuuksia. Tutkimuksen pääongelmana oli selvittää, miten viestintää voitaisiin hoitaa enemmän yhdessä rovastikunnan seurakuntien alueella.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisen tutkimusotteen mukaisesti seurakuntahaastatteluina vuoden 2013 aikana. Kaikki haastatteluissa mukana olleet henkilöt saivat kommentoida haastattelutuloksia ennen niiden julkaisemista. Haastattelujen pohjalta kartoitettiin seurakuntien viestinnän resurssit, käytännöt ja kehittämistoiveet. Toisessa vaiheessa kartoitettiin rovastikunnan neljän yhteisen työntekijän viestinnän kehittämistoiveet. Haastattelujen lisäksi menetelmänä oli kolmannessa vaiheessa benchmarking Ylä-Savon seurakuntayhtymän kanssa, jossa viestintä on viimeisen kolmen vuoden aikana yhdistetty seurakuntien yhteiseksi toimialueeksi. Tulosten pohjalta laadittiin konkreettisia ehdotuksia Kalajoen rovastikunnan seurakuntien yhteisen viestinnän kehittämiseksi.</p> <p>Keskeisimpinä kehittämis ehdotuksina on tuloksissa esitelty suunnitelmat yhteisten verkkosivujen ja sosiaalisen median sivujen toteuttamiseksi, yhteisen koulutuksen järjestämiseksi sekä resurssien toteuttamiseksi mahdollisen seurakuntayhtymä - rakenneuudistuksen toteutuessa.</p>		

### Asiasanat

kirkko, seurakunta, sosiaalinen media, tiedotus, www-sivut, viestintä, vuorovaikutus

## ABSTRACT

<b>CENTRIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES</b>	<b>Date</b> Toukokuu 2014	<b>Author</b> Juhani Leppälä
<b>Degree programme</b> Master's Degree for Technology Competence Management		
<b>Name of thesis</b> COULD WE BE TOGETHER MORE Communication development of Kalajoki deanery church		
<b>Instructor</b> Pekka Nokso-Koivisto, Eero Pikkarainen		<b>Pages</b> 68 + 5
<b>Supervisor</b> Timo Määttä, Kari Tirola, Kari Ruotsalainen		
<p>This study examined communicational development opportunities of 11 Kalajoen deanery church. The main problem this study examines is how communications could be handled more together in the area of deanery parishes.</p> <p>This study was conducted in accordance with the qualitative research approach by interviewing these parishes in 2013. All interviewed persons involved had a chance to comment those interview results before publication. From those interviews were mapped out the basis of the parishes of communicational resources, practices, and development requests. In the second stage were surveyed the four common wishes of the employee's from deanery concerning of communication development. In addition to interviews at the third stage there was a method of benchmarking with the union of Ylä-Savo's parishes in which the communication is combined during the last three years as parishes common domain. Those results were the basis concrete proposals made for the Kalajoki's deanery parishes to develop a common communications.</p> <p>The most relevant development suggestions are presented at the results in which introduces the plans for common website development and social media pages, organize common education or training and to carry out those resources for the possible association of parishes.</p>		

### Key words

church, parish, social media, information, web pages, communication, interaction

**TIIVISTELMÄ**  
**ABSTRACT**  
**SISÄLLYS**

<b>1</b>	<b>JOHDANTO.....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>TIEDOTTAMISESTA VIESTINTÄÄN.....</b>	<b>3</b>
2.1	Viestinnän käsitteestä .....	3
2.2	Viestintä on seurakunnan perustyötä .....	5
2.3	Aktiivinen avoimuus viestinnän lähtökohtana .....	6
2.4	Viestintä muuttuvassa seurakuntaympäristössä.....	7
2.4.1	Kirkko verkossa.....	9
2.4.2	Kirkon rakenneuudistus.....	9
2.4.3	Kirkon viestintäohjelma .....	10
2.4.4	Kriisiviestintä .....	12
2.4.5	Kirkon verkkohanke .....	13
2.4.6	Katrina –toiminnanohjausjärjestelmä.....	14
2.5	Kalajoen rovastikunnan viestintäkoulutus 2007-2010 .....	16
<b>3</b>	<b>KALAJOEN ROVASTIKUNNAN SEURAKUNTIEN VIESTINNÄN</b>	
	<b>KARTOITUS.....</b>	<b>18</b>
3.1	Alavieskan seurakunta .....	19
3.2	Haapajärven seurakunta.....	20
3.3	Haapaveden seurakunta .....	21
3.4	Kalajoen seurakunta .....	23
3.5	Kärsämäen seurakunta .....	25
3.6	Nivalan seurakunta .....	26
3.7	Oulaisten seurakunta.....	28
3.8	Pyhäjoen seurakunta .....	29
3.9	Reisjärven seurakunta.....	30
3.10	Sievin seurakunta.....	31
3.11	Ylivieskan seurakunta.....	32
3.12	Haastattelujen analysointi .....	34
3.13	Viestinnällinen itsearviointi.....	42
3.14	Kalajoen rovastikunnan yhteisten työntekijöiden viestinnän tarve .....	43
3.15	Näin Ylä-Savossa .....	44
<b>4</b>	<b>KALAJOEN ROVASTIKUNNAN SEURAKUNTIEN VIESTINNÄN</b>	
	<b>KEHITTÄMINEN .....</b>	<b>49</b>
4.1	Resurssit.....	49
4.2	Työyhteisöviestinnästä liikkeelle .....	50
4.2.1	Avoimuuden ja tasa-arvoisuuden periaate .....	50
4.2.2	Katrina –toiminnanohjausjärjestelmän hyödyntämisen kehittäminen .....	51

4.3	Ulkoinen viestintä.....	52
4.3.1	Kirkolliset ilmoitukset.....	52
4.3.2	Kalajokilaakso –lehden kirkollissivu .....	53
4.3.3	Seurakuntien viestintä alueen lehdissä.....	54
4.3.4	Yhteiset verkkosivut moni-ilmeisen viestinnän keskukseksi.....	55
4.3.5	Yhteinen Facebook-sivu verkkosivun vuorovaikutuskanavaksi .....	58
4.4	Koulutus.....	59
4.5	Kotonakin voi olla kirkossa.....	59
4.6	Markkinointiviestintä seurakuntaympäristössä .....	61

## **5 JOHTOPÄÄTÖKSET .....63**

## **LÄHTEET.....66**

## **LIITTEET .....68**

### **LIITE 1: Uutinen Kalajoen rovastikunnan rovastikuntakokouksesta 1.12.2011 .....69**

### **LIITE 2: Uutinen Kalajoen rovastikunnan rovastikuntakokouksesta 24.5.2012 .....71**

### **LIITE 3: Rovastikunnallinen viestintäkoulutus 2007 – 2010 .....73**

### **LIITE 4: Haastattelun Kyselylomake.....74**

### **LIITE 5: Kalajoen rovastikunnan verkkosivujen suunnittelupalaveri .....75**

## **KUVIOT**

### **KUVIO 1. Katrina toiminnanohjausjärjestelmän toimintakaavio 14**

### **KUVIO 2. Katrina –toiminnanohjausjärjestelmän etusivu (Katrina 3.0 versio) 16**

### **KUVIO 3: Kalajoen rovastikunnan seurakunnat (lihavoituna) ja kappeliseurakunnat 18**

## **TAULUKOT**

### **TAULUKKO 1. Tulokset kartoituksen osalta tiivistettynä 35**

### **TAULUKKO 2. Kalajoen seurakuntien verkkosivujen analysointi 37**

### **TAULUKKO 3. Kalajoen rovastikunnan seurakuntien viestinnän kehittämistarpeet 40**

### **TAULUKKO 4. Viestinnällinen itsearviointi: mihin sijoitat itsesi ja seurakuntasi viestinnän askelmilla lähettäjältä kohti vastaanottajaa? 42**

### **TAULUKKO 5. SWOT -analyysi Kalajoen rovastikunnan verkkosivujen tarpeesta 44**

# 1 Johdanto

*Ei ole olemassa muureja  
 On vain siltoja  
 Ei ole olemassa  
 suljettuja ovia  
 On vain portteja  
 joiden läpi kuljetaan  
 säihkyvin silmin  
 huulilla varjoja syvempi hymy  
 kohti paikkaa  
 missä virrat kohtaavat  
 kuin janoavat suut*

Duende, 1996 (Tabermann 2012, 99)

”Hyvä kello kauas kuuluu, paha vielä kauemmas.” Vanha suomalainen sananlasku tiivistää yhteen virkkeeseen kaiken olennaisen viestinnästä. Viestinnässä on kysymys viestinviejän ja vastaanottajan viestintätapahtumasta, kohtaamisesta. Viestit vaihtuvat ja roolit vaihtuvat. Ja viestit jatkavat matkaansa taas seuraavaan kohtaamiseen.

Kirkon saarnastuoli on moniulotteinen kuva viestinnästä ja sen historiasta. Tuoli rakennettiin keskeiselle paikalle kirkkorakennuksessa, että kaikki voisivat nähdä ja kuulla saarnamiehen. Sieltä, portaiden päästä, korkealta, aikanaan saarnan päätteeksi luetut valtion, kunnan ja seurakunnan viestit olivat tiedottamista - yksisuuntaista sanoman välittämistä ilman mahdollisuutta kysymyksiin ja keskusteluun. Ajan kuluessa valtion ja kunnan viestit ovat saaneet omat kanavansa, mutta vieläkin saarnastuoli toimii sunnuntaisin yhtenä seurakunnan viestinnän välineenä. Tiedottamista tarvitaan edelleen, mutta vielä enemmän viestintää – monisuuntaista vuorovaikutusta, kohtaamista. Aloittaessani seurakunnan tiedotussihteerinä vuonna 1989 viestintä –käsitteen sijasta käytettiin vielä tiedottaminen –termiä. Elettiin organisatorisen viestinnän aikaa - tiedottamalla pyrittiin antamaan yhteisöstä itse luotu ihannekuva.

Vuorovaikutteinen viestintä asetettiin tavoitteeksi jo 1990-luvulla, mutta sisällöllisesti se on alkanut toteutua käytännössä vasta sosiaalisen median tulemisen myötä 2010-luvulla. Samalla

organisaatiolähtöisestä tiedottamisen käsitteestä on siirrytty ”kohtaamisen kokonaisvaltaiseen viestintään”, jossa jokainen on viestijä.

Tutkimuksen tekijä työskentelee tiedottajana Ylivieskan ja Kalajoen seurakunnissa. Molemmat seurakunnat kuuluvat kuviossa 3 esiteltyyn Kalajoen rovastikuntaan, johon kuuluu yhteensä 11 seurakuntaa ja kolme kappeliseurakuntaa. Varsinaisia tiedottajia näissä seurakunnissa on tutkijan lisäksi kaksi ja molemmat ovat osa-aikaisia.

Tutkimuksen pääongelma on selvittää Kalajoen rovastikunnan seurakuntien viestinnän nykytilanne ja vastata sen pohjalta otsikkona olevaan kysymykseen: voimmeko olla yhdessä enemmän eli miten yhteistä viestintää voidaan kehittää tulevaisuudessa. Tutkimusmenetelmänä ovat kaikkien 11 seurakunnan viestinnästä vastaavien haastattelut ja rovastikunnan seurakuntien yhteisten työntekijöiden viestintätarpeiden kartoitus. Benchmarking -arviointia käytetään menetelmänä verrattaessa Ylä-Savon seurakuntayhtymän viestinnän kehittämistä. Ylä-Savon valinta johtuu siitä, että seurakuntayhtymä on nuori ja siellä on panostettu viestintään. Kooltaan ja resursseiltaan se on myös lähempänä Kalajoen rovastikuntaa kuin isot kaupunkiseurakuntayhtymät.

Tiedottamisen käsitteen sijasta tutkimuksessa käytetään viestintä –käsitettä, koska pelkkä tiedottaminen on tullut tiensä päähän. Se tavoittaa vain asiasta kiinnostuneet, sisäpiiriin kuuluvat. Vasta viestinnällä voidaan kulkea rajojen yli.



## 2 TIEDOTTAMISESTA VIESTINTÄÄN

Tässä luvussa käsittelen viestinnän teoriaa ja seurakunnallisen viestinnän viitekehystä sekä viestintää muuttuvassa seurakuntaympäristössä. Avaan kirkon ajankohtaisia viestintään liittyviä kehityshankkeita ja –järjestelmiä. Käsittelen myös Kalajoen rovastikunnassa aikaisemmin järjestettyä viestintäkoulutusta.

### 2.1 Viestinnän käsitteestä

Viestintä eli kommunikaatio on sanomien tai tietojen vaihdantaa. Se on käyttäytymistä ja sosiaalista toimintaa. Ihmisen tärkein viestinnän keino on kieli, mutta myös sanaton ilmaisu on osa viestintää. Viestinnän tutkimus on informaation avulla vuorovaikutuksessa olevien järjestelmien tieteellistä tutkimista. Tähän tarvitaan monia eri lähestymistapoja monilta eri tieteenaloilta. (Wiio 1994, 13-14)

Wiio, suomalaisen viestinnän oppi-isä, kiteytti viestinnän peruslait: ”Viestintä yleensä epäonnistuu, paitsi sattumalta”. Pessimistiseltä vaikuttavan tiivistyksen takana on viestijän yleinen harhakuvitelma viestinnän hallitsemisesta. Viestijän ei pidä olettaa liikaa. Tyytyväisyys viestintään johtaa luultavasti epäonnistumiseen. Joku tietää aina tarkemmin, mitä olet sanomallasi tarkoittanut. Erityisesti yksi Wiion laeista: ”Joukkoviestinnässä ei ole tärkeää se, miten asiat ovat, vaan se, miten asiat näyttävät olevan”, on osoittautunut hyvin paikkansa pitäväksi. Mitä enemmän aisteja viestijä tavoittaa, sitä paremmin viestintä onnistuu ja mitä vähemmän aisteja tavoitetaan, sitä suuremmaksi väärinymmärtämisen mahdollisuus kasvaa. (Malmelin 2013, 22-33)

Tiedottamista tarvitaan edelleen hallinnollisten päätösten, kriisitilanteiden ja tapahtumien informoinnissa. Se on oikea valinta silloin, kun vastaanottaja odottaa selkeitä faktoja. Tiedottamista tehdään kuitenkin usein silloinkin, kun tarvittaisiin viestintää. Tiedottaminen muuttuu viestinnäksi vasta silloin, kun vastaanottaja alkaa muodostaa suhdetta saamaansa tietoon. Siksi tiedon paketoiminen ja ajoittaminen ovat tärkeitä. Jos pelkän tiedon mukana on tunnetta ja toimintaa, antaa se vastaanottajalle mahdollisuuden innostumiseen ja keskusteluun. (Malmelin 2013, 11-12)



Viestintä on vuorovaikutusta. Perinteisten joukkoviestimien lisäksi tiedotteiden ja uutisten jakelulistalle ovat tulleet työntekijät, luottamushenkilöt, sosiaaliset mediat ja kotisivut. Sähköposti jakelun välineenä mahdollistaa jo vuorovaikutuksen, mutta vielä enemmän sen tekevät kotisivujen ja sosiaalisen median kommentointikanavat. Vielä 1970-luvulla käytössä olleesta kanava-ajattelusta ollaan kuitenkin yleisesti siirtymässä pois. Seurakunnissa muutos on hidasta, koska usein käytössä ovat edelleen vanhat perinteiset kanavat, erityisesti paikallislehti, joissa pyritään antamaan itsestä oma itse tehty kuva. (Malmelin 2013, 28-30)

Median pirstaloitumisen myötä syntyi 2000-luvulla integroidun viestinnän käsite. Sen mukaan kaikki organisaation toiminta on myös viestintää. Markkinointia ja viestintää ei nähdä enää erillisinä, vaan niitä johdetaan yhteisesti. Viestinnän tavoitteeksi on noussut aikaisemman itse luodun ihannekuvan välittämisen sijasta mahdollisimman hyvä kohtaaminen kaikissa mahdollisissa medioissa, joiksi lasketaan perinteisten joukkotiedotusvälineiden lisäksi kaikki mahdolliset kohtaamisen välineet ja foorumit. Myös mielikuvien hallinnassa kohtaamisen merkitys korostuu median pirstaloitumisen myötä. (Malmelin 2013, 28-30)

Lukemisen tavat ovat myös muuttumassa. Lukeminen sinänsä ei ole kriisissä - päinvastoin – lukemisen moninaiset välineet jopa lisäävät lukemista ja mahdollisuutta vuorovaikutukseen. Kehitys näyttää kuitenkin lisäävän nopeaa, viihteellistä lukemista. Kärsivällisyyttä ja keskittymistä vaativien pitkien tekstien lukeminen jää paitsioon. Realistisen mallin mukainen ennuste eri viestinten lukemiseen käytettävän ajan kehityksestä vuoteen 2020 mennessä näyttäisi Internetin käytön lisääntyvän yli 60 minuuttiin vuorokaudessa ja kirjojen sekä sanomalehtien lukemiseen käytettävän ajan laskua 20 minuuttiin. Painettu sana ei näytä olevan kuolemassa, mutta lukeminen moninaistuu. (Herkman & Vainikka 2012, 143-160)

Blogi mullisti viestinnän käsitteen 2000-luvun alkuvuosista alkaen. Yksittäisten blogien ympärille kehittyi blogistanioita ja blogisfäärejä, sosiaalisen median sovelluksia (mm. Facebook, Twitter, YouTube), joiden perusominaisuuksia ovat tasapuolinen mahdollisuus vuorovaikutukseen, globaalisuus, nopeus, helppous, edullisuus ja subjektiivisuus. Huomisen päivän lehden kertomat uutiset olivat jo auttamattoman vanhoja, jo eilen sosiaalisen median välineistä luettuja. Blogit taipuvat hyvin yritysten ja instituutioiden työkaluksi. Blogia voi kirjoittaa julkisesti asiakkaille, sidosryhmille ja alasta kiinnostuneille persoonallisella tyyllillä, jossa välittyy tiedon lisäksi tunteen ja toiminnan taso. (Luostarinen 2009, 18-21)

## **2.2 Viestintä on seurakunnan perustyyötä**

Seurakunnille viestintä on perusasia, koska kristillinen kirkko on rakennettu sanalle:

”Alussa oli Sana.

Sana oli Jumalana luona ja Sana oli Jumala.” (Pyhä Raamattu 1992. Joh. 1: 1)

ja viestin viemiselle:

”Menkää siis ja tehkää kaikki kansat minun opetuslapsikseni: kastakaa heitä Isän ja Pojan ja Pyhän Hengen nimeen ja opettakaa heitä noudattamaan kaikkea, mitä minä olen käsenyt teidän noudattaa” (Pyhä Raamattu 1992. Matt. 28: 19).

Sana ”kommunikaatio” pohjautuu latinan sanaan ”communis” ja merkitsee ”jakamista” tai ”yhteisöä” (Malmelin 2013, 11-12). Tässäkin mielessä seurakunnat ovat kommunikaation ytimessä, koska niiden keskeinen tehtävä on sanoman ja palvelujen jakamista sekä tavoitteena yhteisöllisyys.

Kristillinen kirkko on yksi parhaimmista esimerkeistä onnistuneessa viestinnässä. Mainonnan uranuurtaja Bruce Barton kuvaa Jeesusta kaikkien aikojen viestintäguruksi, joka loi keskinkertaisista opetuslapsista yhden menestyneimmistä organisaatioista. Lähtökohtana on ylivoimaisen hyvä viesti. Vision ja mission rinnalla on seurakunnan viestinnän ainutlaatuinen voima, Pyhän Hengen vaikutus ja usko Jumalan työhön ihmisten välityksellä. Näin yksittäinen viestijä ei toimi vain oman järkensä ja luovuutensa varassa, vaan toiminnalla on raamatulliset perusteet ja 2000-vuotinen historia. (Malmelin 2013, 23-24)

”Viestintä on jokaisen seurakunnan työntekijän, luottamushenkilön ja maallikon asia, sillä viestimällä luodaan yhteisö. Kun kohtaamme toisiamme, emme voi olla viestimättä. Se, mitä ilmaistaan, on yhtä merkityksellistä kuin se, mitä jätetään ilmaisematta”. (Malmelin 2013, 24)

Koska jokainen viestii, tarvitsee jokainen myös viestintätaitoja. Työntekijä on seurakunnan tärkein lähettäjä ja käyntikortti. Jokainen kontakti on tilaisuus viestiä jotakin. Viesti joko vahvistaa olemassa olevia mielikuvia tai muokkaa niitä uuteen suuntaan. Mielikuvien muuttaminen on työlästä ja vaatii viestinnältä eniten. Jokainen kohtaaminen antaa ihmiselle

kokemuksen seurakunnasta ja tunteen siitä, onko hän seurakunnalleen tärkeä. Yksittäiset kohtaamiset on tärkeää jalostaa yhteisöllisyydeksi. Seurakunnassa on sovittava yhdessä, kuinka erilaisiin ihmisiin ja ryhmiin otetaan yhteyttä ja kuinka näitä arvokkaita suhteita vaalitaan mahdollisimman hyvin. (Malmelin 2013, 45-47)

### ***2.3 Aktiivinen avoimuus viestinnän lähtökohtana***

Avoimuus kuuluu kirkon ja seurakunnan perusolemuksen. Aktiivisessa avoimuudessa on neljä kiinnostavaa näkökulmaa: läpinäkyvyys, jakaminen ja yhteistyö sekä keskeneräisyys. Läpinäkyvyyteen liittyy läheisesti ajatus rehellisyydestä ja suoraselkkäisyydestä. Jos johto ei ole avoin, joku muu on. Vanhaa perua oleva julkisuusperiaate tarkoittaa, että jokaisella on oikeus perustelematta ja esittäytymättä saada tietoja viranomaisilta. Kaikki julkinen tieto ei ole kuitenkaan julkaistavissa. Esimerkiksi pöytäkirjat ovat julkisia, mutta ne saattavat sisältää tietoja, jotka eivät ole julkaistavissa. Yksilöllä on oikeus halutessaan pitää omana tietonaan asiat, jotka kuuluvat perhe-elämään, ihmissuhteisiin ja vapaa-ajankäyttöön tai terveyteen. Tiedon julkaisijan ei saa unohtaa vastuuta ja etiikkaa. (Aalto 2012, 73-75)

Päätöksentekoa ja hallussa olevaa tietoa voi jakaa, jos omistaa valtuudet puhua työstään. Voi avata tavoitteita ja punnita ratkaisuvaihtoehtoja sekä pyytää mielipiteitä ja ehdotuksia päätöksenteon tueksi. Voi kertoa käytettävissä olevasta informaatiosta ja jakaa hankittua tietoa niissä rajoissa, joita tiedontuottajan käyttöehdoissa on määritelty. Parhaat ideat ja osaaminen ei aina löydy organisaation sisältä. Avoin innovaatio (Open Innovation) on Chesbroughin vuonna 2003 antama termi toimintatavalle, jossa organisaatio hyödyntää ulkopuolista tuotekehitysvoimaa. Avoimesti innovoiva organisaatio osallistaa jäsenensä ja muut sidosryhmät innovaatioprosessiin. (Aalto 2012, 75-86)

Avoimuutta on myös keskeneräisyyden tunnustaminen, kun jokin palvelu tai tuote ei ole liian täydellinen tai valmis. Luonnos herättää enemmän rakentavia kommentteja kuin pelkkä ilmaan heitetty ajatus tai täydellisesti valmis tuote. Sisäisesti avoimessa organisaatiossa kaikki organisaatiossa itsestään oleva tieto on kaikkien jäsenten käytössä. Tämä avoimuus tukee systeemiajattelua, jossa jokainen ymmärtää oman toimintansa olevan osa organisaation kokonaisuutta ja tulosta. (Aalto 2012, 87-104)

Aktiivinen avoimuus on läsnäoloa ja toimintaa, tavoitettavissa olemista ja kuuntelemista, vaikutteille altistumista ja päätöksiin vaikuttamisen mahdollisuuksien näkyväksi tekemistä. Se tukee omaehtoista osallisuutta ja kasvattaa luottamusta organisaatioon. Edellytykset onnistuneeseen työelämän viestintään ovat lopulta yksinkertaisia: halu ja taito jakaa opittua, halu kehittää työn tekemisen tapoja yhteistyössä sekä luottamus. (Aalto 2012, 106-146)

## ***2.4 Viestintä muuttuvassa seurakuntaympäristössä***

”Kirkon toimintaympäristön muutokset ovat kiihtyneet viimeisten vuosikymmenten aikana. Vaikka kirkolla on edelleen vahva asema, luterilaisen yhtenäiskulttuurin aika on ohi. Globaalit vaikutteet muokkaavat yhä enemmän jälkimodernia suomalaista yhteiskuntaa.” (Meidän kirkko 2007)

Toimintaympäristön analysoinnissa suurimpana uhkana kirkon ja seurakunnan osalta on jäsenkato. Kiihtyessään se voi näivettää vuosikymmenien aikana kehittyneen laajan ja monipuolisen toiminnan ja osaamisen. Toisaalta se haastaa kirkon ja seurakunnan jatkuvaan priorisointiin: ”mikä on olennaista? mitä varten olemme?” Jäsenkadosta johtuva talouden kiristymisen ja sen parantamiseksi suunniteltava seurakuntarakenteen muutos ovat erityisiä haasteita tulevaisuudessa.

Meidän kirkko –mietintö tehtiin vuonna 2007. Silloin ei vielä ollut tiedossa sosiaalisen median vallankumous, jossa kirkko on ollut edelläkävijänä. Kirkossa on koulutettu lähes 3000 työntekijää sosiaalisen median käyttäjäksi osana työtään vuosien 2010-2012 aikana. Kalajoen rovastikunnassa koulutettiin tuona aikana 65 työntekijää tekemään hengellistä työtä myös verkossa. Kirkkohallituksen hankepäällikkö Majamäki totesi toukokuussa 2013, että tavoitteena on, että kirkko on läsnä verkossa 24/7.

Kirkon strategiatyöryhmän määrittelemässä visiossa vuoteen 2020 sanotaan: ”Kirkko on ihmiskasvoinen kohtaamisen yhteisö, joka toimii lähimmäisenrakkauden eturintamassa. Ihmiset arvostavat kirkon jäsenyyttä”. Kohtaaminen koskettaa –otsikon alle on nostettu neljä tavoitetta:

1. Yhteydessä seurakuntaan ihminen kohtaa Jumalan, lähimmäisen ja oman elämänsä todellisuuden.
2. Vuorovaikutukselle luodaan tilaa. Kirkko toimii siellä, missä ihmiset elävät ja liikkuvat.
3. Kuljemme toistemme rinnalla ja jaamme tarinamme.
4. Viestintä puhuttelee sekä tunteita että älyä ja haastaa toimimaan.

(Kohtaamisen kirkko 2013)

Kohtaamisen taito on siis seurakunnan viestinnän perusta ja kristityn perustaito. Viestinnässä tulee ilmetä Hengen hedelmät: rakkaus, ilo, rauha, kärsivällisyys, ystävällisyys, hyvyys, uskollisuus, lempeys ja itsehillintä (Pyhä Raamattu 1992. Gal. 4: 22-23).

Seurakunta on kristittyjen yhteisö, jonka tehtävä on viestin vieminen ja lähimmäisen rakastaminen. Siksi viestinnän sävy on todella tärkeä. Seurakunnan ei pitäisi koskaan viestiä kuin virasto. Jos lähimmäinen otetaan vastaan kuin se olisi virkatehtävä, on kadotettu jotakin olennaista yhteisönä elämisestä. Viestintä on suunnattu oikein, kun Kristus nähdään jokaisessa lähimmäisessä. Silloin ihminen asetetaan viestintätapahtuman keskipisteeksi ja Kristus viestin ytimeen. Tämän viestintätaidon kehittäminen on seurakunnan viestinnän uskottavuuden lähtökohta. (Malmelin 2013, 24-25)

Kirkon ja seurakunnan pyrkiessä olemaan vuorovaikutuksen ja läsnäolon kirkko, tiedon välittäminen on sivuosassa. Olennaista on uskon syntyyn liittyvät kertomukset sekä se, miten ihmisten uskomukset, asenteet ja arvot muuttuvat viestinnän eli erilaisten kohtaamisten tuloksena. (Malmelin 2013, 31-33)

- Uskomukset ovat asioista nousevia mielikuvia, joita voidaan muuttaa faktatiedoilla. Siksi faktatiedon jakaminen on tärkeää väärin uskomusten poistamiseksi. Kysymyksiin vastaaminen lehdissä ja Kirkko kuulolla –palstalla vaikuttaa uskomuksiin.
- Asteet ovat syvemmällä ajattelussa ja niiden muuttaminen viestinnällä on haasteellisempaa. Asteet ovat tiedon vastaanottamisen suodatin, jota kokemukset ja tunteet värittävät. Asteen muutos on pitkä prosessi, jossa asioita arvioidaan tunteen ja järjen tasolla.
- Arvojen pohja luodaan jo lapsuudessa ja ne muuttuvat hitaimmin. Arvot vaikuttavat epävarmojen tilanteiden ja arjen moraalisten ratkaisujen valinnoissa. Arvot muuttuvat yleensä elämän perusteita koskevan kriisin kautta. Yksilöllisissä ja yhteisöllisissä kriisitilanteissa sanoitetaan sitä, mitä kristillinen arvopohja eri elämän alueilla tarkoittaa. (Malmelin 2013, 31-33)

### **2.4.1 Kirkko verkossa**

Verkko ja erityisesti sen jatkuva ja nopea muuttuminen haastavat kirkon jäykät käytännöt. Verkko on muuttanut suomalaista yhteiskuntaa ja kulttuuria demokraattisemmaksi ja keskustelevalemmaksi. Se on helpottanut myös yksinäisyyttä. Verkko antaa mahdollisuuden olla läsnä sielläkin, missä ei voi tai ehdi olla. Se on muuttanut työtapoja, ehdoton asiantuntijuus on hävinnyt, ongelmienratkaisu ja ideointi ovat monipuolistuneet ja hierarkioiden merkitys vähentynyt. Tämä häiritsee toisenlaiseen työkulttuuriin tottuneita, mutta muutos on jo tapahtunut. Sosiaalisessa mediassa kuka tahansa voi esiintyä asiantuntijana. Se on haaste myös kirkolle, jossa keskeistä pääomaa ovat osaaminen ja asiantuntijuus. On opittava kohtaamaan ihmiset uudella tavalla, tasavertaisesti, mutta samalla luottaen omaan osaamiseen ja asiantuntemukseen. Luottamus syntyy oikeasta itseluottamuksesta. (Hintsala, Kähkönen & Pauha 2011, 144-145)

Hengellinen työ verkossa –hankkeella vuosina 2010-2012 koulutettiin seurakuntien työntekijöitä tekemään töitä sosiaalisessa mediassa. Sen tuloksena mm. Suomi24:ssä ja Facebookissa sekä verkkolehdistä kuten Lily.fi:ssä on kirkon omia blogeja, palstoja ja keskustelualueita, jotka tavoittavat tietynlaisia kohderyhmiä tehokkaasti. On oltava enemmän läsnä siellä, missä ihmiset liikkuvat ja käytettävä niitä keinoja, joita mediaympäristö tarjoaa. Julkisuuden hallinta ja huomion hankkiminen asioille, ilmiöille ja tuotteille onnistuu sosiaalisessa mediassa edullisesti ja elävästi. Kasvoton media on muuttunut sosiaalisen median ansiosta henkilökohtaiseksi. Myös tiedottajan rooli on muuttunut tiedon välittäjästä verkkoyhteisöjen luojaksi ja ylläpitäjäksi, keskustelun herättäjäksi sekä eri medioiden ja siellä kohdattujen ihmisten henkilökohtaiseksi palvelijaksi. (Malmelin 2013, 50-54)

### **2.4.2 Kirkon rakenneuudistus**

Kirkossa on menossa Uusi seurakuntayhtymä 2015 –rakenneuudistus, jonka mukaan Uusi seurakuntayhtymä 2015 koostuu seurakunnista, jotka nähdään kirkon elämän ja toiminnan perusyhteisöinä. Seurakunnat ovat alueellisesti rajattuja, kirkon jäsenistä muodostuvia

”kuulumisyhteisöjä”, joissa on oma kirkko ja kirkkoherra. Niissä järjestetään jumalanpalvelukset säännöllisesti. Seurakunnat päättävät itsenäisesti muun hengellisen työn järjestämisestä alueellaan. Jatkossa kaikki seurakunnat kuuluvat seurakuntayhtymiin. Uusi seurakuntayhtymä 2015 itsessään on kevytrakenteinen palveluorganisaatio, jonka tehtävänä on mahdollistaa seurakuntatyö seurakunnissa. Seurakuntayhtymässä hoidetaan talouteen, hallintoon, kiinteistö- ja hautaustoimeen, viestintään sekä henkilöstöhallintoon liittyviä asioita. (Kirkkohallitus 2012)

Uuden rakennemallin mukaan viestintä kuuluisi yhtymätason tehtäviin. Tämän tutkimukseni yksi tavoite on selvittää, miten viestintä voitaisiin hoitaa Kalajoen rovastikunnassa yhteisesti yhtymätasolla. Seurakuntarakenteita koskevat lakimuutosesitykset ovat vuonna 2014 kokoontuvien kirkolliskokouksien käsittelyssä.

Ennen kuin kirkon seurakuntayhtymä 2015 -rakenneuudistuksesta edes tiedettiin, käynnistivät Kalajoen rovastikunnan seurakunnat keväällä 2010 selvityksen yhteistyöstä. Liitteessä 1 on kerrottu kehittämiskyselyn tuloksia ja talouden analyysiä. Liitteessä 2 on uutisoitu selvitysmiesten toimesta tehtyä raporttia, jossa esitettiin rovastikunnan seurakuntien lähtemistä silloisen rovastikuntamallin mukaisen seurakuntarakenneuudistuksen kokeilualueeksi. Samoihin aikoihin tuli kuitenkin kirkkohallitukselta uusi seurakuntayhtymä 2015 –rakenneuudistusehdotus ja Kalajoen rovastikunnan seurakunnat jäivät odottamaan sen etenemistä. Keväällä 2010 perustettu rovastikunnan Tulevaisuus-työryhmä jatkaa edelleen toimintaansa.

### 2.4.3 Kirkon viestintäohjelma

*Viemme viestiä* on Suomen evankelis-luterilaisen kirkon viestintäohjelma vuoteen 2015 saakka. Sen perusteeksi on, että totuudellisuus on kirkon viestinnän perusta. Tuohon totuudellisuuteen päästään, kun puhumme rohkeasti Jumalasta ja uskomme ja elämme niin kuin opetamme sekä pidämme kirkon toiminnan avoimena ja hallinnon läpinäkyvänä.

Viestintäohjelman tavoitteet alatavoitteineen ovat:

Lisäämme vuorovaikutusta viestinnässämme

- Hyödynnämme viestimien tarjoamia mahdollisuuksia kohdatessamme jäseniämme.

- Toimimme yhdessä verkkoyhteisöjen ja verkon aktiivikäyttäjien kanssa.
- Käytämme viestinnässämme ymmärrettävää ja tilanteeseen sopivaa kieltä.
- Rohkaisemme kirkon jäseniä henkilökohtaiseen vuorovaikutukseen ja palautteen antamiseen.
- Lisäämme yhteistyötä kirkon viestijöiden kesken.

Tuemme hengellistä elämää myös median välityksellä

- Tarjoamme median välityksellä hyvin toteutettuja jumalanpalveluksia ja hartauksia.
- Pidämme mediassa esillä kirkollisia toimituksia ja monenlaisia tapoja toteuttaa niitä.
- Tarjoamme verkossa mahdollisuuden kokemukselliseen uskon harjoittamiseen.

Osallistumme aktiivisesti mediassa käytävään keskusteluun

- Pidämme yhteyttä tiedotusvälineisiin ja tuomme julkiseen keskusteluun tärkeitä aiheita.
- Kerromme kirkosta ja sen työstä ajankohtaisesti, monipuolisesti sekä mielenkiintoisesti.
- Tiedotamme myös valmisteilla olevista hankkeista.
- Tuomme esiin kirkon kulttuurisen merkityksen ja sen vuosisataisen hengellisen perinnön.
- Puhumme rohkeasti Jumalasta tässä ajassa.

Lisäämme panostusta uuden median käyttöön

- Osallistumme verkkoyhteisöjen toimintaan ja niiden luomiseen.
- Tarjoamme verkossa palvelujamme.
- Tarjoamme työntekijöillemme sosiaalisen median käyttöön tarvittavat välineet, työajan ja koulutuksen.
- Rohkaisemme kirkon jäseniä toimimaan myös verkossa kristittyinä.

Kehitämme sisäistä viestintäämme

- Perehdytämme työntekijät, luottamushenkilöt ja vapaaehtoiset kirkon tavoitteisiin.
- Kerromme kirkon työpaikoilla työhön liittyvistä asioista nopeasti ja tasapuolisesti.
- Rakennamme välineitä, joiden avulla kirkon työntekijät voivat pitää yhteyttä ja jakaa tietoa.

Koulutamme keskeisiä toimijoita viestinnän taidoissa

- Liitämme viestinnän osaksi kirkon henkilöstökoulutusta – erityisesti johtotehtävissä toimivien koulutusta.



- Tarjoamme luottamushenkilöille viestintäkoulutusta kerran valtuustokaudessa.
- Huolehdimme kriisiviestintävalmiudesta jatkuvalla koulutuksella.
- Koulutamme työntekijöitämme tehtävien edellyttämissä vuorovaikutustaidoissa.
- Koulutamme mediaan jumalanpalveluksia ja hartauksia toimittavia ymmärtämään viestintävälineen vaatimukset.

Viestintäohjelma näyttää suunnan seurakuntien viestinnän kehittämiseksi. Se toimii ikään kuin ”huoneentauluna” näyttämässä suuntaa ja muistuttamassa keskeisistä tavoitteista. (Sakasti 2014a)

#### **2.4.4 Kriisiviestintä**

Kriisiviestintä on kriisijohtamista kokonaisuudessaan, ei ainoastaan kriisin aikana tehtävää viestintää. Sähköinen media on tuonut kriisiviestintään entistä nopeamman, välittömän reagoinnin tarpeen. Yleisö haluaa nopeaa tietoa ja sitä voi välittää kuka tahansa sosiaalisen median kanavissa. Siksi kriisisuunnitelman tekeminen ja etukäteen valmistautuminen ovat tärkeitä asioita. (Malmelin 2013, 107-120)

Vaikeammin hallittavia syvätason kriisejä ovat legitimizeettikriisi sekä brändin ja maineen kriisiytyminen. Ne muodostuvat hitaasti ja niiden korjaamiseen kuluu aikaa. Legitimizeettikriisi on syvin mahdollinen kriisi, koska siinä organisaation olemassaolon oikeutus joutuu kyseenalaiseksi. Viime vuosina jäsenkato on ajanut kirkon legitimizeettikriisin partaalle. Jos organisaatiolla on selkeä kuva omasta identiteetistään, helpottaa se toiminnan suuntaamista ja syvätason kriisistä selviytymistä. Kriisiviestinnän ohjeistus on tarkoitettu yleensä akuutteihin kriiseihin ja ne tulisi olla yhdessä suunniteltuja muiden paikallisten toimijoiden kanssa. Ennakkoon laadittu kriisiviestintäsuunnitelma auttaa kriisiin varautumisessa sekä toimimaan mahdollisimman tehokkaasti, jos tosi paikka tulee. (Malmelin 2013, 107-120)

Kriisiviestintään kuuluu kolme vaihetta: varautuminen kriisiin, viestintä kriisin aikana ja kriisin jälkihoito. Joskus viestintä itsessään voi johtaa kriisiin esimerkiksi sosiaalisen median ansiosta. Tieto leviää erilaisilla keskustelupalstoilla ja nousee lopulta perinteiseen mediaan ja samalla laajempaan tietoisuuteen. Työyhteisössä on hyvä yhdessä pohtia myös

maineenhallintaa. Miten toimimme, että asiat eivät kärjistyisi kriisitasolle ja päätyisi esimerkiksi iltapäivälehtien otsikoihin. Ennakointi ja toisaalta rehellisyys ja avoimuus pelastavat usein pahimmalta. Esimerkkejä ja malleja kriisiviestintäsuunnitelmista löytyy kirkon kriisiviestinnän verkkosivuilta. (Sakasti 2014b)

#### **2.4.5 Kirkon verkkohanke**

Verkkohanke on seurakuntien käynnistämä yhteishanke yhden verkkojulkaisujärjestelmän saamiseksi kirkkoon kaikkien seurakuntien hyödynnettäväksi. Kotimaa-yhtiöiltä tilattu esiselvitys seurakuntien verkkoviestinnän kehittämisestä valmistui kesällä 2012. Kirkolliskokous teki päätöksen hankerahoituksesta marraskuussa 2012, jolloin hankkeen toteutus käynnistyi. Rakennusvaiheen pilotointi toteutettiin syksyllä 2013. Käyttöönottovaiheen pilotointi tapahtuu keväällä 2014 ja monistusvaiheen pilotointi syksyllä 2014. Tämän jälkeen aloitetaan vakiintunut käyttöönotto. (Sakasti 2014c)

Päätavoitteena on tuottaa monipuolinen, yhteinen verkkopalveluympäristö, jolla jokainen ihminen voi kohdata seurakunnan ja kirkon laadukkaasti verkossa. Hankkeella haetaan erilaisia työskentelymalleja ja työprosessien kehittämistä sekä yhteisiä verkkotyön prosesseja. Hankkeella tuotetaan yhteistä sisältöä osaksi seurakuntien sivuja sekä tarjotaan sivustomalleja ja toimintoja erilaisille seurakunnille ja yhtymille. Sivustomalleja on neljä: seurakunta, emo, taajama ja urbaani. Lähtökohtana on käyttäjälähtöinen suunnittelu, kaikkiin päätelaitteisiin taipuva työkalu, yhteinen visuaalinen ilme ja paikallisen identiteetin tukeminen. (Solita 2012)

Työkaluna on yhteinen julkaisujärjestelmä, Lukkari, joka on räätälöity avoimeen lähdekoodiin perustuvasta Liferay-portaalialustasta. Yhteisenä toimittajana on Ambientia. Yhteisen tekniikan lisäksi hankkeella on kirkon yhteinen budjetti, hankintamalli ja käyttötuki sekä informaatioarkkitehtuuri. Lukkariin kirjaudutaan omilla toimialueen käyttäjätunnuksilla. Yhteisen verkkohankkeen etuja on monia. Seurakunta saa palvelun käyttöönsä ilman kilpailutusta ja voi keskittyä olennaiseen, oman sisällön tuottamiseen. (Sakasti 2014c)

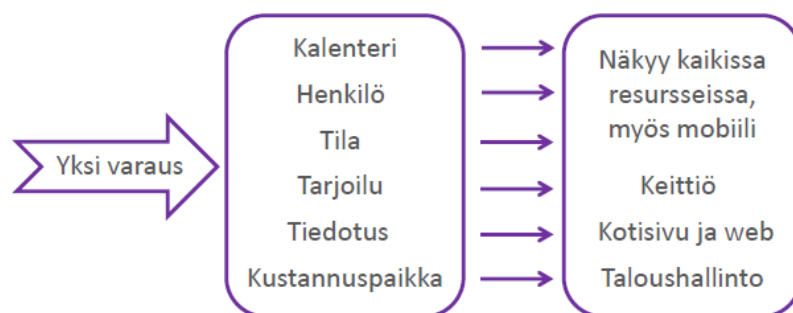
## 2.4.6 Katrina –toiminnanohjausjärjestelmä

Seurakuntien viestinnän kartoituksessani esiintyy sisäisen viestinnän välineenä usein Katrina –toiminnanohjausjärjestelmä. Siksi on aiheellista esitellä lyhyesti sen viestinnälliset ominaisuudet.

Suomen evankelis-luterilaisen kirkon seurakunnissa on käytössä kolme internet -pohjaista toiminnanohjausjärjestelmä –vaihtoehtoa: Rauhala Yhtiöiden Status- ja LabOra –ohjelmistot, Innofactorin räätälöivät ratkaisut sekä M&V Softwaren Katrina –ohjelmisto.

Kalajoen rovastikunnan seitsemässä seurakunnassa on käytössä Katrina –toiminnanohjausohjelmisto. Valitsimme sen yhteisen tarjouspyynnön pohjalta vuonna 2006. Valintaan vaikuttivat ohjelmiston soveltuvuus nimenomaan seurakunta –ympäristöön, monipuolisuus ja toimintojen kattavuus sekä edullisuus. Lisäksi Katrina oli ensimmäinen selaimella toimiva ASP-palveluna toimitettu järjestelmä. Katrinan referenssi on kasvanut niin, että tällä hetkellä se on käytössä yli sadalla ev.lut. kirkon seurakunnalla. (Katrina 2014)

Käyttäjä määrittelee kuvion 1 mukaan yhdellä varauslomakkeella ajan, henkilöt, tilan, kustannuspaikan, tiedotuksen ja mahdollisen tarjoilun. Varauksen hyväksymisen jälkeen määritellyt tiedot näkyvät näissä kaikissa resursseissa, myös synkronoidussa mobiililaitteessa. Tiedotuksen määrittelyn jälkeen tieto menee myös suoraan kotisivulle ja web-sivulle, josta lehdet saavat tiedon viikoittaiseen ilmoitukseensa.



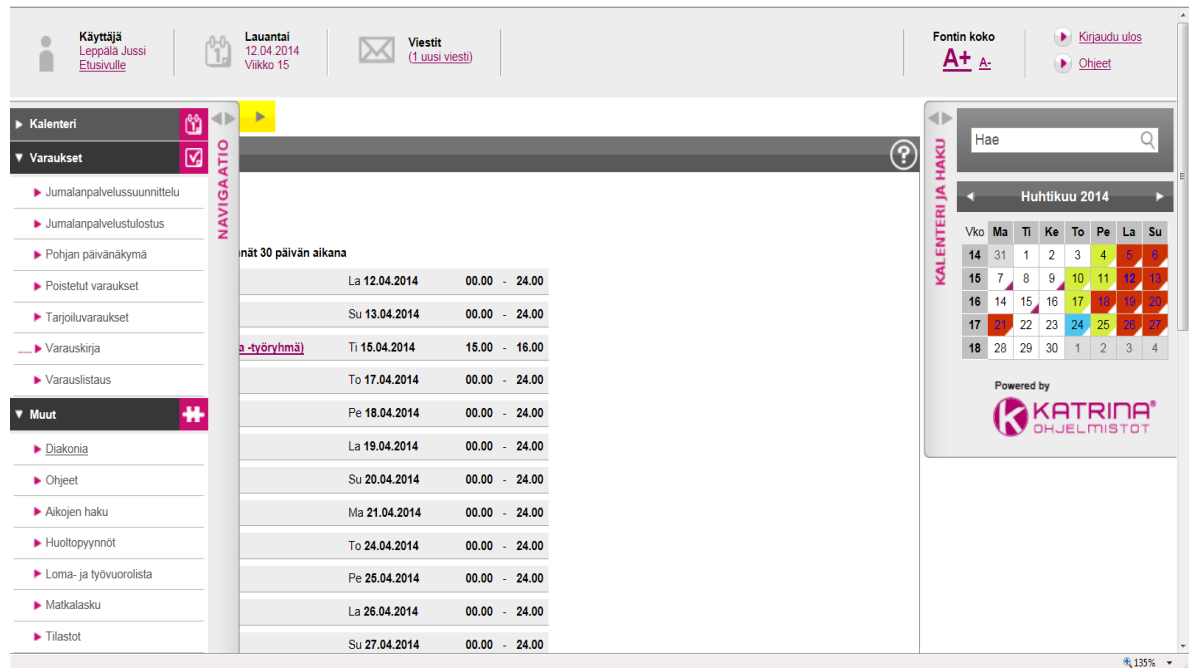
Kuvio 1: Katrina toiminnanohjausjärjestelmän toimintakaavio

Tapahtuman jälkeen käyttäjä lisää vielä toteutuneeseen varaukseen osallistujien määrän, jolloin tieto menee automaattisesti tilastoihin. Taloushallinto saa varauksesta seuraavan laskutustiedon. (Katrina 2014)

Perustoimintakaavion lisäksi Katrina sisältää intran, joka käsittää sisäisen viestinnän ilmoitustaulun ja viestiosion, jumalanpalvelussuunnittelun, asiakasrekisterin, kirjaston ja matkalaskujen tekemisen. Henkilöstöhallinnon puolelta Katrina sisältää loma- ja työvuorojen suunnittelun ja luettelot. (Katrina 2014)

Katrina on kehittynyt kymmenen vuoden aikana resurssinvaraussovelluksesta toiminnanohjaus-järjestelmäksi. Kehitys on tapahtunut seurakunta-asiakkaiden kanssa yhdessä. Uudet ominaisuudet on suunniteltu ja toteutettu vapaaehtoisten pilottiseurakuntien kanssa. Olemme olleet mukana mm. suunnittelemassa ja pilotoimassa raja-pintaa Katrinan www-modulin julkaisujärjestelmään sekä Katrinan Diakonia-sovellusta. Järjestelmään on saatavissa perusohjelmiston lisäksi mobiilisynkronointi, www-moduuli, diakonian asiakasrekisteri, tekstiviestipalvelu, sidosryhmärekisteri, huoltopyynnöt sekä tapahtumiin ilmoittautuminen. (Katrina 2014)

Kalajoen rovastikunnan seurakunnissa on käytössä yleensä Katrinan perusohjelmisto lisättynä mobiilisynkronoinnilla ja www-moduulilla. Katrinan uusi julkaisujärjestelmä CMS Pro antaa rajapinnan tapahtumakalenterin ja hakutoimintojen julkaisemiseen omilla verkkosivuilla myös sivukohtaisesti. Facebook -liitäntä mahdollistaa tykkäykset suoraan nettisivuilta ja näyttää myös Facebook -sivulle lisätyt päivitykset nettisivulla. Lisäksi se antaa YouTube -median näyttämismahdollisuuden suoraan nettisivujen kautta. Kuviossa 2 on näkymä vuodenvaihteessa 2013-2014 uuden 3.0 päivityksen saaneen Katrinan etusivu. Uutena osa-ohjelmana Katrinaan on tullut myös vapaaehtoispankki. (Katrina 2014)



Kuvio 2: Katrina –toiminnanohjausjärjestelmän etusivu (Katrina 2014)

Kaikki Katrinan ohjelmistot toimivat samassa toimintaympäristössä ja ovat integroituja toisiinsa. Käyttö on siten helppoa, loogista ja käyttäjäystävällistä. (Katrina 2014)

## 2.5 Kalajoen rovastikunnan viestintäkoulutus 2007-2010

Kalajoen rovastikunnassa järjestettiin liitteessä 3 esitelty yhteinen viestintäkoulutushanke kaikille työntekijöille vuosina 2007-2010. Alustava tarvekartoitus tehtiin vuonna 2006 ja sitä jatkettiin koulutuksen aikana saadun palautteen pohjalta. Koulutuksen tavoitteina olivat:

1. Työntekijöiden omien viestintävalmiuksien kehittäminen
  - Suunnitelmallisempi toiminta ja selkeämpi viestintä
  - Resurssien järkevä hyödyntäminen
  - Toiminnan tekeminen näkyväksi
  - Yhteyksien luominen
2. Seurakuntien viestintävalmiuksien kehittäminen
  - Viestinnän näkökulman löytäminen

- Rovastikunnallinen yhteistyö
- Yhteiset pelisäännöt

Vuonna 2007 järjestettiin kolme koulutuspäivää. Ensimmäisen starttipäivän aiheina oli viestinnän perustaidot ja sanaton viestintä. Toisessa koulutuksessa käsiteltiin äänenkäyttöä ja esiintymistaitoa. Kolmannen koulutuksen aiheena oli asiakkaan kohtaaminen erilaisissa tilanteissa.

Vuonna 2008 järjestettiin peräti neljä koulutuspäivää. Ensimmäisen aiheena oli kriisiviestintä. Toisena päivänä käsiteltiin työpaikkakiusaamista. Kolmas oli viestinnän suunnittelupäivä, jolloin käsiteltiin viestinnän välineitä, suunnittelua, asenteita, suunnitelmallisuutta ja yhteisiä pelisääntöjä. Neljäs koulutuspäivä oli työssä jaksamisen ja henkisen hyvinvoinnin päivä.

Vuonna 2009 pidettiin rovastikunnallinen Tyky-päivä ja 2010 varsinaisen viestintäkoulutuksen päätös, mediapäivä, jossa oli mukana myös tiedotusvälineiden edustajia. Tyky -päiviä on pidetty koulutushankkeen jälkeen vuosittain ja elokuussa 2014 pidettävän Tyky -päivän alussa olevan yhteisen ohjelmaosion aiheena on tämän opinnäytetyön tuloksina syntyneiden yhteisen viestinnän kehittämismahdollisuuksien esittely.

Viestintäkoulutushankkeen suunnittelusta, toteutuksesta ja markkinoinnista vastasi ohjaustyöryhmä, johon kuuluivat lääninrovastin johdolla seurakuntien nimetyt edustajat. (LIITE 3)

Yhteinen viestintäkoulutus ei kuitenkaan päättynyt hankkeen loputtua, vaan jatkui Hengellinen työ verkossa –koulutuksena vuosina 2010-2012. Yhteensä neljässä koulutustapahtumassa opiskeli sosiaalisen median käyttöä seurakuntaviestinnän välineenä kaikkiaan 65 rovastikunnan työntekijää.

### 3 KALAJOEN ROVASTIKUNNAN SEURAKUNTIEN VIESTINNÄN KARTOITUS

Kuviossa 3 esitelty Kalajoen rovastikunnan alue sijoittuu Pohjois-Pohjanmaan eteläosaan kahden joen, Kala- ja Pyhäjoen rantamille, meren ja E4-tien välille. Tein kaikkien 11 seurakunnan haastattelut toukokuun 2013 ja tammikuun 2014 välisenä aikana. Haastattelutilanteisiin pyysin mukaan viestinnästä vastaavan kirkkoherran, taloudesta vastaavan työntekijän, tiedottajan (jos sellainen seurakunnassa oli) ja kirkkoherranviraston työntekijät. Haastattelulomake on liitteenä 2. Kaikki haastattelut äänitettiin.



Kuvio 3: Kalajoen rovastikunnan seurakunnat (lihavoituna) ja kappeliseurakunnat

Tässä luvussa käyn läpi haastatteluissa esiin tulleen seurakuntien viestinnän tämän hetken tilanteen, kehittämistoiveet sekä ajatukset yhteisestä viestinnästä. Jokainen seurakunta saa oman alalukunsa, jossa haastattelutilanteet on referoitu. Lisäksi olen analysoinut haastattelujen pohjalta keskeisiä asioita kokonaiskartoituksesta taulukkoon 1, verkkosivujen analysointia taulukkoon 2 ja kehittämistarpeita taulukkoon 3. Taulukko 4 on työkaluna seurakunnille arvioida omaa viestintäajattelua. Luvun lopussa on kartoitettu Kalajoen rovastikunnan yhteisten työntekijöiden, Perheasiain neuvottelukeskukseen kahden työntekijän, sairaalasielunhoitajan ja erityisnuorisotyönohjaajan viestinnän tarpeita sekä

toteutettu benchmarking –arviointia Ylä-Savon seurakuntayhtymän viestinnän kehittämiseksi. Kartoituksen pohjalta syntyneitä ajatuksia viestinnän kehittämiseksi tarkastelen luvussa 4.

### **3.1 Alavieskan seurakunta**

Alavieskan seurakunnan väkimäärä vuonna 2013 oli 2518 jäsentä eli 92,9 % koko kunnan väestöstä. Työntekijöitä on seitsemän. Viestinnän budjetti on noin 100 euroa kuussa, kattava kirkolliset ilmoitukset Kalajokilaaksoon ja Keskipohjanmaahan. Seurakunta tekee Alavieska-lehteen kaksi nelisivuista liitettä vuodessa, josta maksetaan 1300 euroa/liite. Lehti huolehtii taitosta. Kirkkoneuvoston ja kirkkovaltuuston kokouksista ei uutisoida säännöllisesti, eikä pöytäkirjoja julkaista verkkosivuilla, mutta lehdille lähetetään kutsut kirkkovaltuuston kokouksiin.

Seurakunnan ulkoisen viestinnän pääkanavina toimivat paikallinen Alavieska-lehti ja seurakunnan verkkosivut osoitteessa [www.alavieskanseurakunta.fi](http://www.alavieskanseurakunta.fi). Sivut on uusittu vuonna 2011. Seurakunnan Facebook-sivu on nostona verkkosivuilla tuoden sivuille sosiaalisen median vuorovaikutusmahdollisuuden. Facebook-sivuilla oli huhtikuun 2014 alussa 63 tykkääjää. Kirkolliset ilmoitukset julkaistaan verkkosivujen lisäksi joka toinen torstai ilmestyvässä Alavieska-lehdessä, sekä viikoittain keskiviikon Kalajokilaakso- ja Keskipohjanmaa-lehdissä. Työntekijät tekevät tiedotteita ja puffejä työaloilta, jotka menevät hyvin läpi paikallislehdessä. Paikallislehteen kirjoitetaan viikoittain hartauskirjoitus työntekijöiden ja seurakuntalaisten voimin. Maksullisia lehti-ilmoituksia laitetaan vuosittain pari. Työntekijät tekevät ilmoituksia kauppojen ilmoitustauluille ja kouluille. Alavieska osallistui aktiivisesti rovastikunnan radiotoimintaan vuoteen 2007 saakka, jolloin toiminta jäi tauolle. Kirkon verkkohankkeeseen suhtaudutaan myönteisesti.

Sisäisen viestinnän virallisena kanavana on joka toinen viikko pidettävä työntekijäpalaveri. Koulutuksia henkilöstölle on ollut Outlook-kalenterin käyttöön ja verkkosivujen päivitykseen. Kalenterina on käytössä Microsoft Outlookin kalenteri, joka on haastateltavien mielestä riittävä. Yhteistä paperikalenteria ei ole.



Koulutustarpeen koettiin liittyvän uutisten ja tiedotteiden tekemiseen. Rovastikunnan yhteisille sivuille olisi tarvetta yhteisen tiedon, koulutuksen ja yhteistyön jakajana. Kalajokilaakson keskiviikkolehden yhteinen seurakuntailmoitussivu koettiin merkittävänä yhteisen tiedottamisen kanavana. (Ryhmähaastattelu Alavieskan seurakunta. 2013)

### **3.2 Haapajärven seurakunta**

Haapajärven seurakunnan väkimäärä vuonna 2013 oli 6930 jäsentä eli 92,0 % koko kaupungin väestöstä. Työntekijöitä on 25. Graafinen ilme logoineen on ollut käytössä vuodesta 2008 alkaen. Viestinnän budjetti on 14.459 euroa (vuosi 2013), josta noin puolet menee painatuksiin ja ilmoituksiin.

Seurakunnan ulkoisen viestinnän pääkanavana toimii seurakunnan verkkosivut osoitteessa [www.haapajarvenseurakunta.fi](http://www.haapajarvenseurakunta.fi). Sivut on uusittu vuonna 2012. Etusivulla on vaihtuvat kuvat, ajankohtaiset asiat ja nostona seurakunnan Twitter-tili, joka tuo sivuille sosiaalisen median vuorovaikutteisuuden tunteen. Kaikilla työntekijöillä on verkkosivujen ylläpito-oikeus ja omiin sivuihin ollaan tyytyväisiä. Paikallisen yrittäjän tekemät sivut kehittyvät myös nopeasti pyydettyä.

Seurakunnan Facebook-sivuilla oli huhtikuun 2014 alussa peräti 405 tykkääjää ja niiden kautta saadaan myös palautetta ja vuorovaikutusta. Kirkolliset ilmoitukset julkaistaan verkkosivujen lisäksi joka viikko ilmestyvissä Maaselkä- ja Kalajokilaakso-lehdissä sekä Selänne-lehdessä. Kokoamisesta ja lähettämisestä vastaa kirkkoherranviraston toimistos sihteeri. Toimittajat seuraavat aktiivisesti seurakunnan nettisivuja ja tulevat aktiivisesti tekemään juttuja. Kirkkoherra ei ainoastaan vastaa viestinnästä, vaan hoitaa myös päävastuun tekemisestä. Hän tekee lehdistötiedotteet ja hallintoelimien uutiset, jotka menevät hyvin läpi paikallis- ja aluelehdissä. Keskipohjanmaa –lehdellä on Haapajärvellä toimittaja, joka huomioi hyvin seurakunnan asiat. Erilliseen seurakuntaliitteseen ei ole tarvetta.

Sisäisen viestinnän tärkeimpänä kanavana on käytössä Katrina –toiminnanohjausjärjestelmä, jota kaikki työntekijät käyttävät. Viestinnällisesti sitä käytetään kalenterin lisäksi viesti- ja sisäinen tiedote –osiolla sekä ilmoitettavien tietojen julkaisulla verkkosivuilla. Katrina on

koettu hyvänä ja joustavana sovelluksena. Sähköposti on myös merkittävä sisäisen viestinnän kanava. Kaikilla työntekijöillä on evl-sähköposti. Sen välityksellä lähetetään työntekijäkokouskutsut ja –muistiot koko henkilöstölle. Kaikki tiedotteet lähetetään sähköpostilla työntekijöille ja luottamushenkilöille. Kirkkoneuvoston kokouskutsut lähetetään sähköpostilla ja pian myös kirkkovaltuuston kokouskutsut. Joka maanantaiaamu on työntekijöiden aamukahvit, jossa käydään läpi tulevan viikon asiat. Työntekijäkokous kaikille työntekijöille on kerran kuukaudessa. Kirkkoherra lähettää asialistan etukäteen. Epävirallisena sisäisen viestinnän kanavana toimii myös aamukahvit. Kirkkoneuvoston ja kirkkovaltuuston puheenjohtajisto kokoontuu viikkoa ennen kokouksia. Mukana on valtuustoryhmien vetäjät sekä kirkkoherra ja talouspäällikkö.

Kalajokilaakso-lehden keskiviikon kirkollissivun selkeyttä ja ilmettä ovat parantaneet seurakuntien logot. Luettavuutta voitaisiin ehkä parantaa leveämmillä palstoilla. Yhteinen kirkollissivu on merkittävä seurakuntien yhteisen viestinnän kanava ja mahdollistaa seurakuntalaisten liikkumisen myös yli seurakuntarajojen.

Viestinnän periaatteena Haapajärvellä on, että salattavia asioita ei ole ja kaikesta pitää kertoa. Sosiaalisen median käyttöä viestinnän osana ei vielä osata käyttää tarpeeksi. Koulutustarvetta on perusasioissa mm. lehdistötiedotteiden tekemisessä ja Katrinan käytössä. Rovastikunnallinen koulutus voitaisiin järjestää kiinnostuneille, jotka sitoutuisivat asiaan. Enemmän yhdessä voitaisiin tehdä viestintää yhteisistä tapahtumista, yhteisistä työntekijöistä, tämän alueen yhteisistä asioista ihmisten tasolta sekä yhteisten teemojen ja painopisteiden, esim. jumalanpalveluksen, tiimoilta. (Ryhmähaastattelu Haapajärven seurakunta. 2013)

### ***3.3 Haapaveden seurakunta***

Haapaveden seurakunnan väkimäärä vuonna 2013 oli 6331 jäsentä eli 88,5 % koko kaupungin väestöstä. Työntekijöitä on 25. Lähetys- ja tiedotussihteerin virasta tiedotuksen osuus on 40 %. Viestinnän budjetti on 26.733 euroa (vuosi 2013), josta 15.000 euroa menee painatuksiin ja ilmoituksiin.

Sisäisen viestinnän kanavina on kasvotusten kohtaamiset, postilokerot, monistushuoneen ilmoitustaulu ja keskiviikon aamukahvit, hartaus ja työntekijäkokous, josta tehdään muistio ja

lähetetään kaikille työntekijöille. Toiminnanohjausjärjestelmä Katrina on käytössä, mutta viestintäosoiden hyödyntämisessä tarvittaisiin koulutusta. Sähköisen kalenterin rinnalla on vielä paperikalenteri kirkkoherranvirastossa. Myöskään mobiilisynkronointia Katrinasta älypuheliin ei ole.

Ulkoisen tiedotuksen osalta kirkolliset ilmoitukset julkaistaan seurakunnan verkkosivuilla [www.haapavedenseurakunta.fi](http://www.haapavedenseurakunta.fi), Haapavesi- ja Kalajokilaakso-lehtiin. Kokoamisesta ja lähettämisestä vastaa kanslisti. Ongelmana on se, etteivät Katrinan käyttäjät hallitse Tiedotus-osion käyttöä, jolloin kanslisti joutuu keräämään tiedon sieltä täältä. Tämänkin ongelma voitaisiin poistaa Katrina-koulutuksella ja käytännön pelisääntöjen luomisella.

Seurakunnan kotisivut ja graafinen ilme on uusittu vuonna 2013. ”Koti kirkossa” –toiminta-ajatus ja urkupilleistä symboloitu merkki kuvaavat moni-ilmeisen syvältä seurakunnan olemusta. Seurakunnan kotisivujen päivityksestä vastaa tiedotussihteeri, mutta tarkoitus on hajaannuttaa ylläpito kaikille työntekijöille. Etusivulla on vaihtuvat kuvat, ajankohtaiset asiat ja kirkkoherran Tervetuloa -kirjoitus. Blogia ei vielä ole, mutta siihen on varaus.

Seurakuntaviesti ilmestyy kuusi kertaa vuodessa Pyhäjokiseutu-lehden liitteenä. Vuoden ensimmäinen liite on 12-sivuinen ja viisi muuta ovat nelisivuisia. Suunnittelusta vastaa tiedotustiimi ja sisältö pyritään kokoamaan työntekijöiden toimesta. Teemoja on myös käytetty, mm. Pyhä-teemaa ja musiikkiryhmien esittelyä. Tärkeä osa on tulevista tapahtumista tiedottaminen. Liitteiden toimitussihteerinä on lähetys- ja tiedotussihteeri. Seurakuntaviesti on vanha käytäntö, jonka julkaisu alkoi omana lehtenä 1970-luvulla. Käytäntö muuttui kerran kuussa julkaistavaksi sivuksi vuonna 2008, jonka jälkeen siirryttiin nykyiseen käytäntöön. Graafisen ilmeen uudistamisen myötä uudistettiin myös seurakuntaviestin ilme. Seurakunta maksaa liitenumeroiden jakelun laajentamisen joka kotiin Haapavedellä.

Toiminta- ja taloussuunnitelmista tiedottavat kirkkoherra ja talouspäällikkö. Säännöllistä kokousuutisointia ei ole, mutta lehdet saavat kutsun kirkkovaltuuston kokouksiin. Tiedottaja ja työntekijät tekevät tiedotteita ja puffeja lehtiin. Yhteistyö paikallisten lehtien, Haapavesi- ja Pyhäjokiseutu-lehtien, on sujuvaa ja lehdet antavat hyvin palstatilaa seurakunnan asioille. Päätoimittajat ovat myös antaneet koulusta työntekijöille.

Sosiaalisessa mediassa viestinnän kanavina on Facebook-sivu ja nuorten ryhmät. Facebook-sivulla oli huhtikuun 2014 alussa 90 tykkääjää.

Koulutuksen tarpeista tärkeimpiä on kotisivu –ylläpidon, sosiaalisen median, Katrina –toiminnanohjausjärjestelmän ja perinteistä viestintätaitojen koulutusta. Yhteistyössä toivottiin pohdintaa ja keskustelua siitä, miten olla ja mihin pyrkiä sosiaalisessa mediassa. Hengellinen työ verkossa –koulutus antoi peruseväitä ja siihen toivottiin jatkoa seurakuntien yhteistyönä.

Seurakuntien yhteisen tiedotuslehden kartoittaminen on yksi yhteinen haaste. Rovastikunnallisen viestinnän kehittämisessä voitaisiin ottaa mallia IT-aluekeskus –mallista. Radio Dein kuuluvuusalueen laajeneminen alueelle ja mahdollinen osallistuminen toimitustyöhön on myös yksi yhteisen pohdinnan aihe. Haapaveden seurakunta on panostanut viestintään yhden viran 40 %:lla palkkauksella. Seurakunnan jumalanpalvelusta ei lähetetä nettiradiona. (Ryhmähaastattelu Haapaveden seurakunta. 2013)

### **3.4 Kalajoen seurakunta**

Kalajoen seurakunnan väkimäärä vuonna 2013 oli 11124 jäsentä eli 89,2 % koko kaupungin väestöstä. Seurakuntaan kuuluvat Raution ja Himangan kappeliseurakunnat. Työntekijöitä on 33. Kalajoen seurakunta ostaa tiedotuksen palvelut Ylivieskan seurakunnalta, jonka tiedottajan virka-ajasta 40 % menee Kalajoen seurakunnan tiedotukseen. Viestinnän budjetti on 44.100 euroa (vuosi 2013), josta 17.500 euroa menee painatuksiin ja ilmoituksiin.

Sisäisen viestinnän pääkanavana on Katrina –toiminnanohjausjärjestelmä, jonka viesti- ja sisäinen tiedote –osiot ovat kaikkien työntekijöiden käytössä. Lisäksi Katrinan SMS- eli tekstiviesteillä on mahdollisuus lähettää nopea tieto työntekijöille. Katrinan mobiilisynkronointi älypuhelimiin on käytössä kaikilla niillä työntekijöillä, jotka ovat sen halunneet. Sähköposti on myös tärkeä sisäisen viestinnän väline ja siihen liittyvä Lync Basic –sovellus. Työntekijäkokoukset koko porukalle on kerran kuussa ja pienemmät kokoukset Kalajoella joka toinen viikko ja Himangalla joka viikko. Ilmoitustaulu toimii lähinnä virallisten ilmoitusten välineenä.

Ulkoisen tiedotuksen keskus on [www.kalajoenseurakunta.fi](http://www.kalajoenseurakunta.fi) verkkosivut. Siellä julkaistaan aina ensin kaikki seurakunnan uutiset ja tiedotteet sekä työntekijöiden kirjoittamat blogit. Sen jälkeen ne lähetetään työntekijöille ja tasapuolisesti kaikille alueen medioille. Kirkolliset

ilmoitukset tulevat kotisivulle suoraan Katrina –toiminnanohjausjärjestelmästä, josta ne menevät myös omalle web-sivulle. Sieltä ne poimitaan, tarkastetaan ja lähetetään koko seurakunnan osalta Kalajokiseutu-, Kalajokilaakso- ja Keskipohjanmaa –lehtiin sekä KP24 –uutisportaaliin Keskipohjanmaan web-työkalun kautta sekä Himangan osalta Lestijoki-lehteen. Lehdet julkaisevat hyvin seurakunnasta lähetettyjä tiedotteita ja uutisia. Liturgit tulostaa perjantaina kirkolliset ilmoitukset ja lukee ne sunnuntain jumalanpalvelusten lopussa, jolloin kirkossa ja nettikirkon ääressä on satoja ihmisiä. Keskipohjanmaa –lehden kirkollisten luettavuuteen toivottiin parannusta. Keskiviikon Kalajokilaakson kirkollissivu on merkittävä seurakuntien yhteisen viestinnän väline, koska lehti jaetaan joka kotiin koko Kalajoen ja Kalajokilaakson alueella. Tiedottaja uutisoi kirkkovaltuuston ja kirkkoneuvoston kokoukset.

Seurakunnan graafinen ilme uudistettiin vuonna 2010 Himangan yhdistyttyä Kalajokeen. Logo on käytössä kaikissa seurakunnan esitteissä ja julkaisuissa. Myös verkkosivujen, seurakuntaliitteiden ja –aukeamien graafinen ilme on suunniteltu logon ilmeestä käsin. Seurakuntaliitteitä Kalajokiseutu-lehden välissä toimitetaan pääsisäisen ja joulun alla. Ne ovat nelisivuisia tiedottajan kokoamia ja lehden taittamia julkaisuja. Samalla periaatteella tehdään myös syksyn alussa Kalajokiseudussa julkaistava seurakunta-aukeama. Liitteillä ja aukeamalla on merkittävä asema toiminnan tiedottamisessa. Juhla-aikojen ja toimintakausien yhteinen ohjelma voitaisiin julkaista jo nykyistä aikaisemmin kotisivuilla. Seurakunnan verkkosivujen ylläpitoon on kaikilla työntekijöillä oikeudet, mutta koulutuspäivitykselle olisi tarvetta.

Seurakunnalla on oma Facebook-sivu, jolla on 143 tykkääjää huhtikuun 2014 alussa. Kirkkoherranvaalien aikaan sivuilla käytiin ahkerasti ja keskustelua käytiin ehdokkaiden kanssa. Kalajoen satamakirkolla on oma sivu, jolla on peräti 178 tykkääjää. Sosiaalista mediaa kehittämään toivottiin omaa some-ryhmää, jolloin Facebook-sivun päivityksiin saataisiin enemmän suunnitelmallisuutta, sitoutumista, uskottavuutta ja vuorovaikutusta.

Rovastikunnan tapahtumista ja seurakuntien järjestämistä isommista tapahtumista, esim. isoista konserteista, voitaisiin tiedottaa rovastikunnan omilla verkkosivuilla. Se olisi myös hyvä suunnittelun väline ja estäisi päällekkäisyyttä alueellisessa toiminnassa. Yhteiselle viestinnän peruskoulutukselle olisi tarvetta.

Viestinnän toteuttaminen mahdollisesti toteutuvassa seurakuntayhtymässä vaatisi vähintään 3 työntekijän resurssit. (Ryhmähaastattelu Kalajoen seurakunta. 2013)

### **3.5 Kärsämäen seurakunta**

Kärsämäen seurakunnan väkimäärä vuonna 2013 oli 2418 jäsentä eli 89,9 % koko kunnan väestöstä. Työntekijöitä on 9. Viestinnän budjetti on vähän yli 1000 euroa/vuosi kirkollisten osalta (vuosi 2013), jonka lisäksi muutama sata euroa kahteen vuositiedotteeseen ja verkkosivuihin.

Seurakunnalla on logo ja toiminta-ajatus ”Elettiin ennen ja eletään vastakin – Vain yksi on tarpeen”.

Sisäisen viestinnän kanavana ovat aamukahvit ja kerran kuussa työntekijäkokoukset. Yhteydenpitoa helpottaa se, että kaikki työntekijät työskentelevät saman katon alla. Myös sähköposti on tärkeä sisäisen viestinnän väline. Kriisiviestinnän periaatteet ovat yksinkertaiset ja selkeät. Jos jotain sattuu, kaikki tulevat seurakuntatalolle, kirkon ovet aukaistaan ja tiedotuksesta vastaa tarvittaessa kirkkoherra.

Ulkoisen tiedotuksen välineenä on verkkosivut [www.karsamaensrk/2.fi](http://www.karsamaensrk/2.fi) ja Selänne-lehti. Uutisia kirkkovaltuuston kokouksesta lähetetään myös Pyhäjokiseutu- ja Keskipohjanmaa-lehtiin, joskus myös kirkkoneuvoston kokouksista. Toimittajia on vaikea saada paikan päälle tekemään juttuja varsinkin viikonloppuisin. Seurakunta lähettää kahdesti vuodessa taitetun A5 -tiedotteen joka kotiin pääsiäisen ja joulun alla.

Työntekijät tekevät kirkolliset verkossa olevaan tiedostoon, jonka talouspäällikkö muokkaa ja lähettää Selänne-lehteen. Verkkosivut on tehnyt kanttori ja hän myös vastaa ylläpidosta. Etusivulla on ajankohtaiset tiedotteet, Facebook-sivun nosto, kirkkoherran tervehdys, Päivän Sana ja iso kutsu 250-vuotisjuhliin. Mukavana yksityiskohtana on linkki seurakunnan omaan Lähetysrengas –blogiin ja Löytöpirtin Facebook-sivulle. Seurakunnalla on myös oma Facebook-sivu, jolla oli huhtikuun 2014 alussa 121 tykkääjää. Seurakunta ei vielä haastatteluhetkellä lähettänyt jumalanpalveluksia nettiradiona, mutta lähetykset aloitettiin seurakunnan 250-vuotisjuhlien yhteydessä huhtikuun alussa 2014. Nettiradiota voidaan tulevaisuudessa hyödyntää myös muiden kirkollisten toimitusten ja muiden tilaisuuksien välittämisessä.

Valtavaa tarvetta yhteiseen viestintään ei ole, mutta isojen juhlapyhien aikana voitaisiin suunnitella viestintää yhdessä. Paikallisessa viestinnässä on tärkeä säilyttää jokaisen seurakunnan omaleimaisuus, joka nousee omista juurista. Viestintä on seurakuntien ykkösala, joka tarvitsee mahdollisesti tulevassa seurakuntayhtymässä useamman työntekijän resurssit. Sosiaalisessa mediassa mukana olemisen roolia voitaisiin miettiä yhdessä rovastikuntatasolla, samoin viestinnällisiä tulokulmia seurakuntien asioihin. Tärkeää olisi löytää kristillisestä sisällöstä nousevia positiivisia näkökulmia. Viestinnän kannalta tärkeitä ovat kohtaamiset ja siksi erityisesti kirkolliset toimitukset ovat viestinnällisesti avainasemassa. Yksi haaste on löytää nykyajan kiireisille ihmisille kanavia hiljentymiselle. Sisällöllisesti seurakunnalla on hyvä viesti, jota saamme vajavaisina kristittyinä ja seurakuntina itsemme näköisesti välittää. (Ryhmähaastattelu Kärämäen seurakunta. 2013)

### **3.6 Nivalan seurakunta**

Nivalan seurakunnan väkimäärä vuonna 2013 oli 10055 jäsentä eli 92,3 % koko kaupungin väestöstä. Työntekijöitä on 31. Tiedotussihteerillä ei ole tuuraajaa, loma-aikana kirkollisista ilmoituksista huolehtii kirkkoherranviraston työntekijät. Seurakunnalla on tiedotustyöryhmä, johon kuuluvat kirkkoherra, talouspäällikkö, tiedotussihteeri, kirkkovaltuuston puheenjohtaja ja asiantuntijajäsenenä toimittaja. Työryhmä kokoontuu kolme kertaa vuodessa, toimintasuunnitelman ja toimintakertomuksen yhteydessä. Median edustajat kutsutaan vuosittain yhteiselle joululounaalle. Tiedotussihteerin virasta tiedotuksen osuus on 60 %. Viestinnän budjetti on 44.560 euroa (vuosi 2013), josta 8.800 euroa menee painatuksiin ja ilmoituksiin. Seurakunnalla on graafinen ilme, logo ja toiminta-ajatus: ”Luotetaan Jumalaan ja välitetään toisista”.

Sisäisen viestinnän kanavia ovat Katrina –toiminnanohjausjärjestelmä, sähköposti ja työntekijäkokoukset, jotka pidetään kerran kuussa ja puheenjohtajuudesta vastaa vuorollaan puolen vuoden ajaksi valittu viiden hengen työryhmä. Kokouspöytäkirjat julkaistaan seurakunnan verkkosivuilla ja kokousuutiset lähetetään työntekijöille, luottamushenkilöille ja tiedotusvälineille. Kaikki luottamuselimien ja työntekijäkokouksien pöytäkirjat on työntekijöiden nähtävänä.

Ulkoisen tiedotuksen pääkanavia ovat [www.nivalansrk.fi](http://www.nivalansrk.fi) verkkosivut ja Nivala-lehti. Huhtikuussa 2014 valmistuneiden verkkosivujen etusivulla ovat vaihtuvat kuvat, kirkkoherran tervehdys, Facebook-sivun nosto, banneri nettiradioon ja otsikkovalikko sekä pikalinkit strategiaan, muutamille alasivuille ja kirkon yhteistyötahoihin. Verkkosivuilla on mainio Koulu ja seurakunta –sivusto, jonne on kerätty koulujen käytettäväksi valmiita esityksiä seurakunnasta Slideshare –palvelun kautta. Ajankohtaiset uutiset ja tiedotteet puuttuvat kokonaan. Kirkolliset ilmoitukset ja Kirkonmäeltä –blogi löytyvät Ajankohtaista –otsikon alta. Sivut voi lukea myös englanniksi, saksaksi, ruotsiksi ja unkariksi. Lähiaikoina on sivuille tulossa myös vapaaehtoispankki. Sivuilta on mahdollisuus sähköiseen virkatodistusten tilaamiseen ja kirkkoon liittymiseen. Nettiradion kautta voi kuunnella jumalanpalveluksia ja muita kirkossa pidettäviä tilaisuuksia. Jumalanpalvelus lähetetään nettiradion kautta myös Radio Pookiin kuusi kertaa vuodessa. Päivityksistä vastaa tiedotussihteeri. Nuorisotyöllä oli ennen omat verkkosivut, mutta nyt ne on liitetty yhteisiin verkkosivuihin. Seurakunnan Facebook-sivulla oli huhtikuun 2014 alussa 219 tykkääjää. Sivun ylläpidosta vastaa nykyinen kirkkoherra yhdessä tiedotussihteerin kanssa.

Kirkolliset ilmoitukset tulevat kotisivulle suoraan Katrina –toiminnanohjausjärjestelmästä, josta ne menevät myös omalle web-sivulle. Sieltä ne poimitaan, tarkastetaan ja lähetetään Nivala-lehteen (vuoden 2014 alusta myös Kalajokilaakso-lehteen). Tiedotussihteeri lähettää tiedotteita ja juttuvinkkejä Nivala-lehdelle ja muille alueen lehdille sekä tekee seurakunnan ilmoitukset. Kaksi kertaa vuodessa, pääsiäisen ja joulun alla, tiedotussihteeri kokoaa seurakunta-aukeaman, joka julkaistaan Nivala-lehden välissä.

Tulevassa seurakuntayhtymä –mallissa viestintää hoidetaan yhtymätasolta. Kirkolliset hoidetaan paikallisesti kirkkoherranvirastosta. Viestinnässä ei voi palata viime vuosituhannele. Viestintä tarvitsee ammattilaisia ja sen on oltava laadukasta ja näkyvää. Jos seurakuntayhtymiin mennään, Kalajoen rovastikunnan kokoisen seurakuntayhtymän tiedotuksesta tarvittaisiin vastaamaan kolme päätoimista tiedottajaa. Viestinnän merkitystä ei välttämättä nähdä seurakunnissa, jossa tiedottajaa ei ole. Siksi tarvittaisiin koulutusta. Sitä yhtymän tiedotus voisi antaa. Nivala on valmis yhteistyöhön viestinnän saralla ja haluaa olla mukana yhteisen viestinnän kehittämisessä, myös yhteisen verkkosivun, lehden tai yhteisen liitteen toteuttamisessa. Rovastikunnallisella viestintäkoulutuksen kautta on tultu tutuksi ja yhteistyö on helpompaa. (Ryhmähaastattelu Nivalan seurakunta. 2013)



### **3.7 Oulaisten seurakunta**

Oulaisten seurakunnan väkimäärä vuonna 2013 oli 7004 jäsentä eli 90,7 % koko kaupungin väestöstä. Työntekijöitä on 24. Viestinnän budjetti on noin 20.000 euroa (vuosi 2013), josta seurakuntasivun (joka toinen viikko) osuus on 5756 euroa/vuosi.

Sisäisen viestinnän kanavia ovat Katrina –toiminnanohjausjärjestelmä, sähköposti, työntekijäkokoukset noin kahden viikon välein, joissa käydään läpi kirkkoneuvoston ja –valtuuston kokouksien päätökset.

Ulkoisen viestinnän osalta kirkolliset ilmoitukset otetaan Katrinasta ja lähetetään omille verkkosivuille, Seutumajakka- ja Pyhäjokiseutu –lehtiin kirkkoherranviraston toimistonhoitajan toimesta. Kirkkoneuvoston ja –valtuuston pöytäkirjat lähetetään pöytäkirjantarkastuksen jälkeen Pyhäjokiseutu- ja SeutuMajakka –lehdille ja julkaistaan omilla verkkosivuilla. Isommista asioista lähetetään lehdille juttuvinkkejä. SeutuMajakan suurjakelun yhteydessä joka toinen viikko pyritään toimittamaan seurakuntasivu. Toimituksesta vastaa tiedotusryhmä, johon kuuluvat kirkkoherra, kappalainen, seurakuntapastori, yksi luottamushenkilö ja sen lehden päätoimittaja, joka on voittanut joka toinen vuosi tehtävän kilpailutuksen. Seurakuntasivun sisältösuunnitelma tehdään kolmeksi kuukaudeksi kerrallaan. Työntekijäkokouksessa kuunnellaan juttuideoita. Päätoimittaja tekee itse suunnitelman mukaisia juttuja. Samalla sivulla julkaistaan myös kirkolliset ilmoitukset. Seurakuntasivu on hyvin luettu sivu ja siksi lehdelle myös tärkeä. Lisäksi tiedotteita ja uutisia lähetetään Pyhäjokiseutu-, Kalajokilaakso-, Keskipohjanmaa- ja Kaleva –lehtiin sekä Yle Ouluun niiden työntekijöiden toimesta, jotka vastaavat toiminnasta. Myös juttuvinkkejä lähetetään paikallisille lehdille. Radiotyötä on tehty takavuosina aktiivisesti, mutta tällä hetkellä se on tauolla.

Verkkosivut ovat osoitteessa [www.oulaistenseurakunta.net](http://www.oulaistenseurakunta.net). Etusivu on selkeän yksinkertainen, mutta perinteisen ikonimainen. Kaikille alasivuille täytyy mennä otsikkovalikon kautta kahden klikkauksen taktiikalla. Suorat linkit puuttuvat. Ylläpidosta vastaa vapaaehtoinen seurakuntalainen. Uudistamista valmistelemaan on valittu työryhmä, mutta kirkon verkkohankkeen tulo siirtänee hanketta siihen saakka. Nuorisotyö on mukana sosiaalisessa mediassa omalla Facebook-sivulla, jonka kautta viestitetään myös yleisiä tapahtumia. Myös kriisiviestinnässä sosiaalisen median nopeus olisi iso mahdollisuus.

Rovastikunnan viestinnän kehittämisessä on mietitty yhteistä lehteä, joka olisi järkevä toteuttaa, jos seurakuntayhtymä toteutuu. Oman lehden tekeminen on kuitenkin niin kallista puuhaa, että se vaatisi tulevalta yhtymältä merkittävää resurssipanostusta. Yksi tärkeä edellytys yhteiselle viestinnälle olisi kirkollisten tekemisen yhtenäistäminen niin, että ne voitaisiin tehdä yhden julkaisujärjestelmän kautta kirkkoherranvirastoissa koottuna, jolloin varsinaiseen viestintään jäisi enemmän resursseja. Yhteinen verkkosivusto olisi edullisin väline tukea paikallisten seurakuntien viestintää. Pyhäjokiseudun seurakuntien viestintäkulttuuri ulkoisten medioiden suhteen poikkeaa merkittävästi Kalajokiseudun seurakunnista. Siitä huolimatta Oulainen haluaa olla avoimin mielin mukana yhteisen viestinnän kehittämisessä. Viestinnän sisällössä tulisi olla sisäkkäin tieto ja sanoma. Jatkuvan koulutuksen tarvetta olisi viestinnän perustietojen ja –taitojen kehittämisessä. Radio Dein tulo alueelle on positiivinen asia. (Ryhmähaastattelu Oulaisten seurakunta. 2013)

### **3.8 Pyhäjoen seurakunta**

Pyhäjoen seurakunnan väkimäärä vuonna 2013 oli 2927 jäsentä eli 88,3 % koko kunnan väestöstä. Työntekijöitä on 8,75. Viestinnän budjetti on noin 5.500 euroa (vuosi 2013), josta Kuulumiset -lehden osuus on 2000 euroa/vuosi. Seurakunnalla on logo, jonka pohjalta on suunniteltu graafinen ilme julkaisuihin ja painatuksiin.

Sisäisen viestinnän kanavina käytössä ovat sähköposti ja kasvokkain kohtaamiset. Ulkoisen viestinnän pääkanavana on lukion oppilaiden toimittama, lauantaisin ilmestyvä, Kuulumiset –lehti, jossa taustayhteisöinä ovat seurakunta, kunta ja lukio. Lehti jaetaan kaikkiin pyhäjokisiin talouksiin. Lehteen lähetetään tiedotteita ja ilmoituksia sekä kirkollisiin juhlapyyhiin liittyviä juttuja. Tiedonkulku ja yhteistyö kunnan kanssa ovat kehittyneet hyväksi. Erityisiä uutishuippuja ovat motoristi- ja merikirkko. Säännöllistä uutisointia kirkkoneuvoston ja –valtuuston kokouksista ei ole. Seurakuntasihteerin kokooa kirkolliset ilmoitukset ja lähettää ne Kuulumiset-, Pyhäjokiseutu-, Raahen Seutu- ja Raahelainen -lehtiin sekä omille verkkosivuille.

Verkkosivut [www.pyhajoenseurakunta.fi](http://www.pyhajoenseurakunta.fi) ovat kaikkien päivitettävissä, mutta käytännössä päivityksestä huolehtii seurakuntasihteerin. Sivut ovat selkeät ja tyylikkää. Etusivulla ovat näyttävästi esillä kirkolliset ilmoitukset ja ajankohtaistiedote –palsta. Otsikko-palstojen alta

löytyy runsaasti tietoa seurakunnasta, työmuodoista ja toiminnasta. Seurakunnalla on käytössä myös omat Facebook -sivut, joiden hyödyntämisessä tarvittaisiin koulutusta. Tykkääjiä sivuilla oli huhtikuussa 2014 yhteensä 109. Nuorilla on oma Facebook -ryhmä. Ilmoitusten teossa avustaa myös seurakunnan vapaaehtoiset. Nettikirkkoa ei vielä ole, mutta on mahdollisesti tulossa.

Raahe on Pyhäjoelle luontevampi yhteistyön suunta kuin Pyhäjoki- tai Kalajokiseutu. Raahelaisilla lehdillä on paras peitto ja Raahe on pyhäjokisten työssäkäyntisuunta. Yhteistyönä seurakuntien kanssa voitaisiin miettiä positiivisia uutisia seurakunnista. Yhdessä voitaisiin miettiä myös viestinnän standardeja, yhteistä lehteä sekä toiminta- ja viestintäsuunnitelmaa. Kaikilla seurakunnilla ei ole resursseja järjestää kaikkea haluttua toimintaa, jolloin voitaisiin tehdä yhteistyötä. Koulutustarvetta olisi viestinnän peruskoulutuksessa ja seurakunnan Facebook -sivun käytössä ja hyödyntämisessä viestinnässä. Radiojumalanpalvelusten sapluunaa voitaisiin myös kehittää yhdessä miettien esim. miten netissä olevat kuulijat voisi huomioda juonnossa ja muutenkin sisällössä. (Ryhmähaastattelu Pyhäjoen seurakunta. 2013)

### **3.9 Reisjärven seurakunta**

Reisjärven seurakunnan väkimäärä vuonna 2013 oli 2747 jäsentä eli peräti 94,6 % koko kunnan väestöstä. Työntekijöitä on 10. Viestinnän budjetti on noin 4.800 euroa (vuosi 2013), josta oman joululehden osuus on noin 2000 euroa/vuosi. Loput menevät kirkollisiin ilmoituksiin.

Sisäisen viestintä hoituu kasvotusten kohtaamisten ja yhteisten kokoontumisten kautta. Kirkkoherranvirasto hoitaa kirkolliset ilmoitukset Reisjärvi-lehteen sähköpostilla, Kalajokilaakso- ja Keskipohjanmaa-lehtiin sekä KP24 -uutisportaaliin Keskipohjanmaan web-työkalun kautta sekä omille verkkosivuille ja ilmoitustaululle. Selänne-lehti julkaisee maksutta myös Reisjärven kirkolliset. Seurakunnan verkkosivujen [www.reisjarvenseurakunta.fi](http://www.reisjarvenseurakunta.fi) päivityksestä vastaa myös kirkkoherranvirasto. Etusivua hallitsee ajankohtaispalsta ja kirkolliset ilmoitukset. Yläosan kuva ei suostu näkymään ilman Adoben Flashruntime –laajennusta.

Kirkkoneuvoston ja kirkkovaltuuston kokouksista kirjoittaa kirkkoherra yleensä uutisen. Pöytäkirjoja ei julkaista omilla verkkosivuilla. Paikallislehti Reisjärvi-lehden kanssa yhteistyö sujuu erinomaisesti. Seurakunta on tehnyt jo 20 vuoden ajan oman joululehden, joka jaetaan mainosjakelun yhteydessä ennen joulua. 20-sivuisessa aikakauslehti –tyylisessä julkaisussa on juttuja kuluneelta vuodelta ja joulun ajan sisällöstä. Jokainen työntekijä tekee juttuja omalta alaltaan joululehteen ja hoitaa myös oman työalansa muun tiedotuksen. Kanttori hoitaa tiedotteiden teon isommista tapahtumista. Nuorisotyöllä on omat Facebook-sivut.

Yhteistyötä voisi viestinnässä tehdä mm. seurakuntavaalien tiimoilta yhteisellä ilmoittelulla sekä isompien tapahtumien ja kirkkovuoden juhlien tiedottamisella. Tärkeää olisi saada työntekijöille tarvittavaa viestinnän peruskoulutusta, jota voitaisiin yhteistyöllä tai mahdollisesti tulevan yhtymän puolelta toteuttaa. Koulutuksen kautta voitaisiin parantaa asennetta ja sitä kautta motivaatiota viestintään. Yhteisen kirkollissivun kehittäminen Kalajokilaaksossa tarvitsisi vielä pelisääntöjen tarkistamista, mm. toistojen karsimista. Yhteistyön kehittämisessä rovastikunnan viestinnän saralla Reisjärvi haluaa olla mukana, myös tauolla olevan radiotyön kehittämisessä. (Ryhmähaastattelu Reisjärven seurakunta. 2013)

### **3.10 Sievin seurakunta**

Sievin seurakunnan väkimäärä vuonna 2013 oli 4812 jäsentä ja 92,7 % koko kunnan väestöstä. Työntekijöitä on 11. Viestinnän budjetti on noin 4.800 euroa (vuosi 2013), josta oman viikoittaisen seurakuntasivun osuus on noin 150 euroa/viikko eli euroa/vuosi. Loput menevät kirkollisiin ilmoituksiin.

Sisäisen viestinnän kanavina ovat tekstiviestit, Katrina-toiminnanohjausjärjestelmä, liitutaulu ja valkotaulu. Liitutauluun kerätään työntekijäkokousasioita ja valkotauluun muu tiedotettava.

Ulkoisen viestinnän puolella toimistos sihteeri hoitaa kirkolliset ilmoitukset Sieviläinen-lehteen sähköpostilla, Kalajokilaakso- ja Keskipohjanmaa-lehtiin sekä KP24 –uutisportaaliin Keskipohjanmaan web-työkalun kautta. Kirkkoneuvoston ja kirkkovaltuuston kokouksista uutisoi talouspäällikkö. Lehdistötiedotteita tehdään työaloittain. Sieviläinen-lehteen tehdään

seurakuntasivua viikoittain. Sivun toimittamisesta vastaa kirkkoherra. Asioiden yhteistä keräämistä seurakuntasivulle voitaisiin kehittää siten, että Yhteiset-kansion Seurakuntasivu-kansiossa olisi päivämäärällä nimetty pohja kunkin viikon sivulle. Tähän pohjaan työntekijät voisivat käydä tallentamassa omat viikoittaiset juttunsa. Tällä tavalla kerätään jo kirkollistiedot.

Seurakunnan verkkosivujen [www.sievinseurakunta.fi](http://www.sievinseurakunta.fi) päivityksistä huolehtivat nuorisotyönohjaaja, lähetyssihteeri ja toimistos sihteeri. Sivut ovat selkeän yksinkertaiset. Etusivua hallitsee kirkolliset tiedot ja ajankohtaiset uutiset. Linkit löytyvät yhteystietoihin, nettikirkkoon ja omalle Facebook-sivulle, jonne lähes kaikki työntekijät viestivät omia tapahtumiaan. Yläotsikkojen alta löytyvät alisivut. Asiointi-otsikko on hyvä idea kerätä yhden otsikon alle kaikki asiointiin liittyvä tieto. Toiminta ja Uutiset –otsikot ovat turhia, koska ne ovat auki jo etusivulla. Sivuja vaivaa kasvottomuus ja todellisen vuorovaikutuksen puute, jota voisi parantaa toimivan Facebook-sivun nosto etusivulle. Seurakunnan Facebook-sivuilla oli huhtikuun 2014 alussa peräti 250 tykkääjää.

Herätysliikkeiden toiminnan ilmoittaminen kirkollisissa ilmoituksissa omana osastonaan on tärkeä yhteisen pohdinnan aihe. Aika on muuttunut, eivätkä ihmiset enää välttämättä tunnista seurakunnan toimintaa herätysliikkeiden toiminnasta. Kirkollisten tekemistä voitaisiin kehittää niissä seurakunnissa, joissa on käytössä Katrina –toiminnanohjausjärjestelmä hyödyntämällä Katrinan julkaisujärjestelmän rajapintaa.

Yhteinen koulutus olisi tarpeellista Katrinan ja tulevien rovastikunnan verkkosivujen käytössä. Yhteisten pelisääntöjen luominen viestinnän perusasioissa olisi lähtökohta yhteisen viestinnän kehittämiseksi. (Ryhmähaastattelu Sievin seurakunta. 2013)

### **3.11 Ylivieskan seurakunta**

Ylivieskan seurakunnan väkimäärä vuonna 2013 oli 14285 jäsentä ja 89,7 % koko kaupungin väestöstä. Seurakuntaan kuuluu Merijärven kappeliseurakunta. Työntekijöitä on 43, lisäksi rovastikunnan kolme ja IT-aluekeskuksen neljä viranhaltijaa ovat Ylivieskan palkkalistoilla. Yhteensä työntekijöitä on siis 50. Viestinnän budjetti on noin 85.470 euroa (vuosi 2013), josta painatusten ja ilmoitusten osuus on 39.600 euroa/vuosi.

Sisäisen viestinnän pääkanavana on Katrina –toiminnanohjausjärjestelmä, jonka viesti- ja sisäinen tiedote –osiot ovat kaikkien työntekijöiden käytössä. Katrinan mobiilisynkronointi älypuhelimiin on käytössä kaikilla niillä työntekijöillä, jotka ovat sen halunneet. Sähköposti on myös tärkeä sisäisen viestinnän väline ja siihen liittyvä Lync Basic –sovellus. Työntekijäkokoukset koko porukalle on kerran kuussa ja aamukahvit joka keskiviikko. Lisäksi perinteinen kanava on monistushuoneen lokeroposti. Yhteistyöjohtokunta on työntekijöiden virallinen elin ja sen tiedotusta voitaisiin kehittää. Asialista voisi olla vaikka Katrinan sisäisellä ilmoitustaululla, jolloin se on myös kaikkien muokattavissa. Muistio-linkki Yhteiset kansioon voitaisiin kokouksen jälkeen lähettää Katrinan tai sähköpostin kautta.

Ulkoisen tiedotuksen keskus on [www.ylivieskanseurakunta.fi](http://www.ylivieskanseurakunta.fi) verkkosivut. Siellä julkaistaan aina ensin kaikki seurakunnan uutiset ja tiedotteet sekä työntekijöiden kirjoittamat Tapulin juurelta -kirjoitukset. Sen jälkeen ne lähetetään työntekijöille ja tasapuolisesti kaikille alueen medioille. Kirkolliset ilmoitukset tulevat kotisivulle suoraan Katrina –toiminnanohjausjärjestelmästä, josta ne menevät myös omalle web-sivulle. Sieltä ne poimitaan, tarkastetaan ja lähetetään Kalajokilaakso- ja Keskipohjanmaa –lehtiin sekä KP24 –uutisportaaliin Keskipohjanmaan web-työkalun kautta. Lisäksi kirkolliset lähetetään Kymppisanomiin. Merijärven kirkolliset julkaistaan myös Merijärven kuntatiedotteessa ja Pyhäjokiseudussa. Lehdet julkaisevat hyvin seurakunnasta lähetettyjä tiedotteita ja uutisia. Keskiviikon Kalajokilaakson kirkollissivu on merkittävä seurakuntien yhteisen viestinnän väline, koska lehti jaetaan joka kotiin koko Kalajokilaakson alueella. Siinä on oma palsta myös rovastikunnan tapahtumille. Tiedottaja uutisoi kirkkovaltuuston ja kirkkoneuvoston kokoukset.

Seurakunnan graafinen ilme on peräisin vuodelta 2006, jolloin se suunniteltiin edellisenä vuonna toteutetun seurakuntatutkimuksen pohjalta. Logo sisältää myös strategian mukaisen toiminta-ajatuksen ”Lähelle ihmistä – lähelle Jumalaa”. Viestinnän vuotuiset painopisteet nousevat seurakunnan strategiasta. Logo ja sen pohjalta suunniteltu graafinen ilme on käytössä kaikissa seurakunnan esitteissä ja julkaisuissa. Myös verkko- ja seurakuntasivujen graafinen ilme on suunniteltu logon ilmeestä käsin. Tiedottajan kokoamaa ja lehden taittamaa seurakuntasivua toimitetaan viikoittain Kalajokilaakso -lehteen. Seurakuntasivulle toivottiin työalojen esittelyä erityisesti toimintakauden alussa sekä selkeitä tiedotteita remonteista ja niiden vaikutuksista toimintaan. Työntekijöiden kirjoittamia Tapulin juurelta –kirjoituksia julkaistaan myös viikoittain verkkosivuilla ja Kalajokilaaksossa.

Seurakunnan verkkosivujen ylläpitoon on kaikilla työntekijöillä oikeudet. Pääkäyttäjänä ja kouluttajana toimii tiedottaja. Etusivulla ovat näkyvimmin esillä tiedotteet, uutiset, tapulin juurelta –palsta, kuluvan päivän kirkolliset ja pikalinkit. Ajankohtaisuus antaa myös vuorovaikutuksen tuntua. Sivuston graafiseen ilmeeseen oltiin tyytyväisiä. Vaikka verkkosivusto on otettu käyttöön jo vuonna 2007, toimii se varsin hyvin viestinnän keskuksena. Sivuston rajapintaa Katrina -toiminnanohjausjärjestelmään on kehitetty niin, että kirkollistieto tulee automaattisesti kotisivulle järjestelmästä. Verkkosivujen kautta tapahtuu myös ilmoittautuminen päiväkerhoihin, lastenleireille, rippikouluun ja nuorten tapahtumiin. Myös kesätyöpaikkoihin haku tapahtuu kotisivujen kautta. Pöytäkirjojen julkaisemista ja hinnastojen uudistamista päätettiin kehittää mahdollisimman pian.

Seurakunnalla on oma julkinen Facebook-ryhmä, jossa on 178 jäsentä huhtikuun 2014 alussa. Facebook-mainontaa kannattaa kokeilla heti siinä vaiheessa, kun sivustolla on mukana kattavasti työalojen edustusta. Siinä vaiheessa kannattaa toteuttaa myös Facebook-nosto kotisivulle.

Rovastikunnallisina kehittämisajatuksina tulivat esille Kalajokilaakson yhteisen kirkollissivun ja muiden yhteisten sisältöjen ja alustojen kehittäminen niin, että seurakuntien toiminnallisen omaleimaisuuden ilme säilyy. Yhteisten tapahtumien näkyminen samassa mediassa antaa näkysyyttä, mahdollistaa yhteistä suunnittelua ja estää toiminnan päällekkäisyyttä. Kalajokilaakson kirkollissivun kustannukset menevät pääosin Ylivieskan seurakunnan laskuun. Voisiko kulujakaumaa tasapuolistaa jatkossa?

Mahdollisessa seurakuntayhtymässä yhteisen viestinnän suunnittelemisesta tulee luonnollisesti ykkösasia. (Ryhmähaastattelu Ylivieskan seurakunta. 2013)

### ***3.12 Haastattelujen analysointi***

Kolmeen taulukkoon jaettu haastattelujen analysointi on jaettu niin, että taulukko 1:ssä on analysoitu tiivistettynä viestinnän resurssit ja sisäisen, ulkoisen ja verkkoviestinnän tila sekä muut paikalliset erikoispiirteet. Taulukossa 2 on analysoitu seurakuntien verkkosivut ja taulukossa 3 kehittämisajatuksia.

Taulukko 1. Tulokset kartoituksen osalta tiivistettynä

Seura-kunta	Resurssit	Sisäinen viestintä	Ulkoinen viestintä	Verkko-viestintä	Muuta
Alavieska	Kaikki. Budjetti n. 4000 e/v.	Työntekijäpalaveri joka toinen viikko. Outlook-kalenteri.	Kirkolliset verkkosivulle, Alavieska-lehteen, Kalajokilaaksoon, Keskipohjanmaahan. Seurakuntaliite 2krt/v	Verkkosivut alavieskan-seurakunta.fi. Facebook-sivu, myös nostona verkkosivuilla.	Epävirallinen logo. Kirkolliset paikallis-lehdessä ilmaiset. Ei nettikirkkoa.
Haapajarvi	Kirkkoherra. Kaikki. Budjetti 14.459 e/v.	Katrina – toiminnanohjaus. Sähköposti. Työntekijäkokous 1krt/kk. Aamukahvit 1krt/vkko	Kirkolliset verkkosivulle, Maaselkä- ja Kalajokilaakso – lehtiin. Myös Selänne julkaisee. Lehdistötiedotteet. Lehdet aktiivisia.	Verkkosivut haapajarven-seurakunta.fi. Facebook-sivu. Twitter-tili nostona verkkosivuilla.	Logo. Nettikirkko. Lehdistö-tiedotteet myös luottamus-henkilöille.
Haapavesi	Osa-aikainen (40 %) tiedotus-sihteeri. Kaikki. 26.733 e/v.	Työntekijäkokous aamukahvit ja hartaus 1krt/vkko. Kasvotusten kohtaamiset, Postilokerot, Monistushuoneen ilmoitustaulu, Sähköposti, Katrina – toiminnanohjaus.	Kirkolliset verkkosivulle, Haapavesi- ja Kalajokilaakso-lehtiin. Seurakuntaviesti Pyhäjokiseutu-lehden liitteenä 6krt/v	Verkkosivut haapaveden-seurakunta.fi. Facebook-sivu. Nuorten Facebook-sivut.	Loistava logo ja toiminta-ajatus ”Koti kirkossa” Ei netti-kirkkoa.
Kalajoki	Päätoiminen osa-aikainen tiedottaja (40 %). Kaikki. 44.100 e/v.	Katrina – toiminnanohjaus pääkanava, myös sms-viestit. Sähköposti. Työntekijäkokous 1krt/kk, pienet tykot Kalajoki 1krt/2vkko, Himanka 1krt/vkko.	Keskuksena verkkosivut, johon ensin kaikki. Kirkolliset myös Kalajokiseutu, Kalajokilaakso, Keskipohjanmaa, Lestijoki (Himanka). Kirkkovaltuuston ja kirkkoneuvoston kokousten uutisointi Lehdistötiedotteet. Seurakuntaliite Kalajokiseudun liitteenä 3krt/v.	Verkkosivut kalajoen-seurakunta.fi. Facebook-sivu. Satamakirkol-la ja nuorilla omat Facebook-sivut.	Graafinen ilme ja logo. Nettikirkot Kalajoen ja Himangan kirkkoista. Kalajoen kirkossa oma radiolähetin, sunnuntain jumalan-palvelukset Pookiin Kalajoen alueella.
Kärsämäki	Talous-päällikkö, kanttori, kaikki. N. 2000 e/v.	Aamukahvit päivittäin, työntekijäkokous 1krt/kk. Sähköposti.	Kirkolliset Selänne ja verkkosivut. Uutiset verkkosivut, Selänne ja Pyhäjokiseutu. Joulu- ja pääsiäistiedotteet joka kotiin.	Kanttorin tekemät verkkosivut karsamaen-srk/2.fi. Facebook-sivu. Löytöpirtillä omat	Logo ja toiminta-ajatus: Elettiin ennen ja eletään vastakin – Vain yksi on



				Facebook-sivut.	tarpeen. Nettikirkko.
Nivala	Tiedotus- sihteeri, toimisto- sihteeri, kirkkoherra.  Tiedotus- työryhmä. 44.560 e/v.	Katrina – toiminnanohjaus- järjestelmä, sähköposti, työntekijä- kokoukset (1krt/kk, viiden hengen työryhmä vastaa puoli vuotta vuorollaan), tiedotteet neuvoston ja valtuuston kokouksista.  Sisäinen ilmoitustaulu.	Omat verkkosivut keskuksena.  Kirkolliset Nivala-, Kalajokilaakso-lehtiin ja verkkosivuille.  Kirkkovaltuuston ja kirkkoneuvoston kokousten uutisointi  Lehdistötiedotteet ja juttuvinkit.  Seurakunta-aukeama Nivala-lehden välissä 2krt/v.	Verkkosivut nivalansrk.fi.  Facebook-sivu.	Graafinen ilme, logo ja toiminta- ajatus: Luotetaan Jumalaan ja välitetään toisista.  Nettikirkko.
Oulainen	Kirkkoherra, seurakunta- pastori, toimisto- sihteeri, nuorisotyö, kaikki.  Tiedotus- työryhmä. 20.000 e/v.	Katrina – toiminnanohjaus- järjestelmä, sähköposti, työntekijä- kokoukset (noin 1krt/2vkkkoa).	Kirkolliset verkkosivuille, Seutumajakka- ja Pyhäjokiseutu – lehtiin.  Seurakuntasivu (1krt/2vkkkoa).  Tiedotteita, uutisia, juttuvinkkejä.  Kirkkovaltuuston ja – neuvoston pöytäkirjat verkkosivuille ja paikallisille lehdille.	Verkkosivut osoitteessa oulaistenseu- rakunta.net.  Nuorilla Facebook-sivu.	Oma logo. Nettikirkko.  Paikallis- lehden pää- toimittaja tiedotus- työryhmässä, tekee juttuja seurakunta- sivulle.
Pyhäjoki	Seurakunta- sihteeri, kirkkoherra, kaikki.  Lukiolaiset. 5.500 e/v.	Sähköposti, kasvokkain kohtaamiset ja työntekijä- kokoukset	Kuulumiset –lehti yhteistyössä kunnan ja lukion kanssa.  Kirkolliset ilmoitukset Kuulumiset-, Pyhäjokiseutu-, Raahan Seutu-, Raahelainen -lehtiin ja omille verkkosivuille.	Verkkosivut pyhajoenseura- kunta.fi.  Facebook-sivu, nuorilla Facebook - ryhmä.	Oma logo ja graafinen ilme.  Ei vielä nettikirkkoa.  Ei kokous- uutisointia.
Reisjärvi	Kirkkoher- ranvirasto, kaikki. 4.800 e/v.	Kasvotusten kohtaamiset, yhteiset kokoonnutumiset.	Tiivis yhteistyö Reisjärvi-lehden kanssa.  Kirkolliset ilmoitukset Reisjärvi-, Kalajokilaakso- ja Keskipohjanmaa- lehtiin sekä KP24 – uutisportaaliin ja omille verkkosivuille	Verkkosivut reisjarven- seurakunta.fi  Facebook-sivu nuorilla.	Oma 20- sivuinen, aikakauslehti –tyylinen Joululehti!!  Ei omaa logoa, eikä vielä nettikirkkoa.
Sievi	Toimisto- sihteeri, kaikki.	Tekstiviestit, Katrina- toiminnanohjaus-	Seurakuntasivu Sieviläinen- paikallislehdessä.	Verkkosivut sievin-	Väikoittainen seurakunta- sivu.

	N. 10.000 e/v.	järjestelmä, liitutaulu ja valkotaulu, työntekijäkokoukset ja kahvihetket.	Kirkolliset ilmoitukset Sieviläinen-, Kalajokilaakso- ja Keskipohjanmaa-lehtiin sekä KP24 – uutisportaaliin ja omille verkkosivuille	seurakunta.fi Nettikirkko Facebook-sivu	Valko- ja liitutaulut.  Ei logoa eikä graafista ilmettä. Toiminta-ajatus: Jumala antaa – me jaamme.
Ylivieska	Tiedottaja (60 %), kaikki. 85.470 e/v.	Katrina-toiminnanohjaus-järjestelmä, työntekijäkokoukset, aamukahvit, sähköposti, lokeroposti.	Keskuksena verkkosivut, johon ensin kaikki.  Seurakuntasivu Kalajokilaaksossa.  Kirkolliset ilmoitukset Kymppisanomat-, Kalajokilaakso- ja Keskipohjanmaa-lehtiin sekä KP24 – uutisportaaliin ja omille verkkosivuille, Merijärven kirkolliset myös kuntatiedotteeseen ja Pyhäjokiseutuun.  Tapulin juurelta – palsta Kalajoki-laaksossa.  Kirkkoneuvoston ja – valtuuston uutisointi, lehdistötiedotteet, juttuvinkit.	Verkkosivut ylivieskan-seurakunta.fi.  Facebook-sivu.  Nuorten Facebook-sivu	Logo ja graafinen ilme.  Toiminta-ajatus ”Lähelle ihmistä – lähelle Jumalaa.  Nettikirkko.

Taulukossa 1 on tarkasteltu seurakuntien viestinnän yleiskuvaa nykyisten resurssien, sisäisen, ulkoisen ja verkkoviestinnän osalta sekä muiden keskeisten piirteiden osalta. Taulukko, samoin kuin kaksi jälkimmäistäkin taulukkoa, ovat pitkiä ja raskaslukuisiakin, mutta informatiivisen arvon takia ne on kuitenkin sijoitettu varsinaiseen tekstiosaan, eikä liitteisiin.

Taulukko 2. Kalajoen rovastikunnan seurakuntien verkkosivujen analysointi

Seurakunta	Rakenne	Vuorovai- kutteisuus	Päivitys	Puutteet	Omaleimais.
Alavieska	Yksinkertaiset, selkeät. Mahdollisuus ajankohtaisiin.	Nosto seurakunnan Facebook-sivulta.	Mahdollisuus kaikilla.	Ajankohtaisen päivitys. Huono kuva kirkosta. Mahdollisuudesta huolimatta ikonimaisen jäykät.	Outlook-kalenterin hyödyntäminen.

Haapajärvi	Selkeät, elävät, visuaalisen kauniit. Etusivulla vaihtuva kuva, uutiset, tapahtumat, päivän sana.	Nostona seurakunnan Twitter-tili (periaatteessa vuorovaikutteinen). Visuaalisuus ja kuvien vaihto antavat kasvot ja tunne-elämyksen.	Mahdollisuus kaikilla.	Päivittämätömiä toimintasivuja. Twitterin näennäinen vuorovaikutus.	Kuvagalleria Flickr:ssä. Videoita YouTubessa. Kirkkoherran blogi.
Haapavesi	Yksinkertaiset, selkeät. Etusivulla vaihtuvat kuvat ja ajankohtaista.	Visuaalisuus ja kuvien vaihto voisivat antaa vuorovaikutuksen tunnetta.	Tiedotus-sihteri, mahdollisuus antaa oikeudet muillekin.	Etusivun vaihtuvat kirkkokuvat luovat organisaatio-ilmeen. ”Koti kirkossa” ei toteudu ilman ihmisiä. Seurakunnan jumalanpalvelusta ei lähetetä nettiradiona.	Cafe Arkki – seurakunnan nuorten ryhmäblogi tuo sivuille lämpimän vuorovaikutteisuuden.
Kalajoki	Etusivulla keskiössä Päivän Sana, tiedotteet, uutiset, blogi, nettikirkko ja kirkonmenot.	Ei nostoja somesta. Blogi pehmentää mutta ilman kommentointimahdollisuutta.	Tiedottaja ajankoh- taiset, kirkonme- not kaikki Katrinan kautta, työalat itse, oikeudet kaikilla.	Kappeleiden omat sivut pitää löytää. Ison kuvan puute.	Katrinan ja verkkosivujen rajapinnan hyväksikäyttö: Katrinan tiedotteet automaattisesti kotisivuille. Vapaaehtois- tehtävien esittely ja ilmoittautumis- linkki.
Kärsämäki	Toimivat, monipuoliset. Etusivulla ajankohtaiset tiedotteet, kirkkoherran tervehdys, Päivän Sana, linkit, nettikirkko	Facebook-sivun nosto. Linkit Löytöpirtin Facebook-sivulle ja Lähetys-renkaan blogiin.	Kanttori.	Kaipaisi kasvoja.	Lähetys-renkaan blogi mukava yksityiskohta. Omavaraisuus suunnittelussa, toteutuksessa ja ylläpidossa (kanttori).
Nivala	Uudet selkeät sivut. Etusivulla vaihtuvat kuvat, kirkkoherran tervehdys, linkit nettiradioon, alasivuille ja yhteistyö-tahoihin.	Facebook-sivun nosto, Kirkonmäellä- blogi ja kirkolliset Ajankohtaista – otsikon alla. Ilmoittautumine n leireille ja rippikouluun.	Tiedotus- sihteri.	Ajankohtai-suuden puute etusivulla. Isotekstinen versio puuttuu. Vaihtuvien kuvien vaihdon rytmitys.	Mainio Koulut ja seurakunta – sivusto. Esittely myös unkariksi englannin, saksan ja ruotsin lisäksi.

Oulainen	Etusivu on selkeän yksinkertaisen, mutta perinteisen ikonimainen. Kaikille alisivuille täytyy mennä otsikkovalikon kautta.	Ei. Työryhmä valmistelee uusia sivuja.	Vapaaehtoinen ylläpitäjä.	Suorat linkit puuttuvat. Vähintään kahden klikkauksen taktiikka. Kasvotto-muus	Pöytäkirjat löytyvät.
Pyhäjoki	Selkeät ja tyylikkää. Etusivulla esillä kirkolliset ilmoitukset ja ajankohtais-tiedote – palsta. Otsikko-palstojen alta runsaasti tietoa seurakunnasta, työmuodoista ja toiminnasta.	Ei varsinaisesti, mutta runsas ajankohtais-tieto etusivulla tuo tunteen vuorovaikutuksesta.	Seurakuntasihteeri.	Ei some-nostoja. Kasvotto-muus	Kansainväli-syys hyvin esillä.
Reisjärvi	Pelkistetyt. Etusivua hallitsee ajankohtais-palsta ja kirkolliset ilmoitukset. Yläosan kuva ei suostu näkymään ilman Adoben Flashruntime – laajennusta	Ei varsinaisesti, mutta runsas ajankohtais-tieto etusivulla tuo tunteen vuorovaikutuksesta.	Toimiston -hoitaja.	Ei some-nostoja. Kasvotto-muus	Vaati-mattomuus.
Sievi	Selkeän yksinkertaiset. Etusivua hallitsee kirkolliset tiedot ja ajankohtaiset uutiset. Linkit löytyvät yhteystietoihin, nettikirkkoon ja omalle Facebook-sivulle	Ei varsinaisesti, mutta runsas ajankohtais-tieto etusivulla tuo tunteen vuorovaikutuksesta. Kesätyöpaikan haku.	Nuorisotyön-ohjaaja, lähetys-sihteeri, toimisto-sihteeri.	Toiminta ja Uutiset –otsikot turhia, ovat jo auki etusivulla. Kasvotto-muus, todellisen vuorovaikutuksen puute, > Facebook-sivun nosto etusivulle.	Asiointi-otsikko hyvä idea kerätä yhden otsikon alle kaikki asiointiin liittyvä tieto.
Ylivieska	Selkeät, eloiset, toiminnalliset. Vaihtuvat teemakuvat Etusivua hallitsee tiedotteet, uutiset, tapulin juurelta –palsta, kuluvan päivän kirkolliset ja pikalinkit.	Ajankohtaisuus antaa vuorovaikutuksen tuntua. Palaute, ilmoittautumiset, kesätyö-paikan haku.	Kaikilla oikeudet. Pääkäyttäjänä ja kouluttajana tiedottaja.	Facebook-sivun nosto etusivulle. Isot, vaihtuvat kuvat.	Katrinan julkaisujärjestelmästä automaattinen kirkollisten päivitys. Lasten ja nuorten ilmoittautumiset kotisivun kautta.

Taulukon 2 analysointi tapahtui haastattelujen lisäksi kotisivuihin tutustumalla. Seurakuntien verkkosivut antavat persoonallisen ja elävän kuvan paikallisesta omaleimaisuudesta. Ajankohtaisuutta löytyy kaikilta sivuilta ja vuorovaikutuskin on lisääntymässä. Vaihtuvat etusivun kuvat ovat tämän hetken suuntaus. Ne kutsuvat kävijän tutustumaan tarkemmin sivuihin. Analysoinnissa esiin tulleet puutteet ovat helposti korjattavissa.

Taulukko 3. Kalajoen rovastikunnan seurakuntien viestinnän kehittämistarpeet

Seurakunta	Resurssit	Koulutus	Sisältö	Yhteistyö
<b>Alavieska</b> 2518 jäs. 7 työntek.	4000 e.	Uutiset, tiedotteet.	Yhteinen tieto, koulutus, yhteistyö.	Rovastikunnan verkkosivut. Kalajokilaakson kirkollissivu.
<b>Haapajärvi</b> 6930 jäs. 25 työntek.	Läänin- rovasti. 14.459 e.	Katrina, lehdistötiedotteet, viestinnän perusteet kiinnostuneille.	Yhteiset tapahtumat, Yhteiset työntekijät, Alueen yhteiset asiat ihmisten tasolta, Yhteiset teemat ja painopisteet, esim. jumalanpalvelus.	Kalajokilaakson kirkollissivu. Rovastikunnan verkkosivut.
<b>Haapavesi</b> 6331 jäs. 25 työntek.	Tiedotus- sihteeri 40 % 26.733 e.	Kotisivu –ylläpidon, sosiaalisen median, Katrina-toiminnanohjaus-järjestelmän ja perinteistä viestintätaitojen koulutusta.	Pohdintaa ja keskustelua siitä, miten olla ja mihin pyrkiä sosiaalisessa mediassa.	Seurakuntien yhteisen tiedotuslehden kartoittaminen..  Mallia IT-aluekeskus –mallista.  Radio Dein tulo.
<b>Kalajoki</b> 11124 jäs. 33 työntek.	Tiedottaja 40 %. 44.100 e/v.	Rovastikunnan somettajat – koulutus kaikille kiinnostuneille, jolloin Facebook-sivun postauksiin saataisiin enemmän suunnitelmallisuutta, sitoutumista, uskottavuutta ja vuorovaikutusta.  Viestinnän peruskoulutus.	Rovastikunnan tapahtumista ja seurakuntien järjestämistä isommista tapahtumista, esim. isoista konserteista rovastikunnan omilla verkkosivuilla. Olisi myös hyvä suunnittelun väline ja estäisi päällekkäisyyttä alueellisessa toiminnassa.	Rovastikunnan verkkosivut. Kalajokilaakson kirkollissivu.  Viestinnän toteuttaminen mahdollisesti toteutuvassa seurakuntayhtymässä vaatisi vähintään 3 työntekijän resurssit.
<b>Kärsämäki</b> 2418 jäs. 9 työntek.	N. 2000 e/v.	Sosiaalisessa mediassa mukana olemisen roolia voitaisiin miettiä yhdessä rovastikuntatasolla, samoin viestinnällisiä tulokulmia seurakuntien asioihin.  Kohtaaminen on avainasemassa, siihen yhteistä koulutusta.	Paikallisesti tärkeä säilyttää seura-kuntien omista juurista nouseva omakeimaisuus. Kristillisestä sisällöstä nousevia positiivisia näkökulmia. Haaste löytää nykyajan kiireisille ihmisille kanavia hiljentymiselle.	Viestintä on seurakuntien ykkösala, joka tarvitsee mahdollisesti tulevassa seurakuntayhtymässä useamman työntekijän resurssit  Isojen juhlapyhien aikana yhteistä viestintää.

<b>Nivala</b> 10055 jäs. 31 työntek.	Tiedotus- sihteeri 60 % 2014 loppuun 44.560 e/v. Viestinnän merkitystä ei välttämättä nähdä seura- kunnissa, joissa ei tiedottajaa.	Viestintäkoulutus, jos yhtymään mennään osaksi yhtymän tiedottajien työnkuvaa.	Viestintä tarvitsee ammattilaisia ja sen on oltava laadukasta ja näkyvää.	Valmis yhteistyöhön viestinnän saralla ja haluaa olla mukana yhteisen viestinnän kehittämisessä, myös yhteisen verkkosivun, lehden tai yhteisen liitteen toteuttamisessa.  Jos rovastikunnasta yhtymä, vähintään 3 tiedottajaa.
<b>Oulainen</b> 7004 jäs. 25 työntek.	20.000 e/v.	Viestinnän perustiedot ja – taidot.	Viestinnän sisällössä tulisi olla sisäkkäin tieto ja sanoma.	Yhteinen lehti, verkkosivusto?  Pyhäjokiseudulla eri mediat.  Avoimin mielin mukana yhteisen viestinnän kehittämisessä.
<b>Pyhäjoki</b> 2927 jäs. 8,75 työntek	5.500 e/v	Viestinnän peruskoulutus ja seurakunnan Facebook - sivun käyttö ja hyödyntäminen viestinnässä.	Yhdessä positiivisia uutisia seurakunnista.  Yhteistä ohjeistusta nettikirkkoihin.	Yhdessä viestinnän standardeja, yhteistä lehteä sekä toiminta- ja viestintäsuunnitelmaa. Kaikilla seurakunnilla ei ole resursseja järjestää kaikkea haluttua toimintaa, jolloin voitaisiin tehdä yhteistyötä.
<b>Reisjärvi</b> 2747 jäs. 10 työntek.	4.800 e/v.	Viestinnän peruskoulutusta. Koulutuksen kautta voitaisiin parantaa asennetta ja sitä kautta motivaatiota viestintään.	Isommat tapahtumat, kirkkovuoden juhlat.	Seurakuntavaalien yhteinen ilmoittelu. Yhteisen kirkollisivun kehittäminen Kalajokilaaksossa. Yhteistyön kehittämisessä rovastikunnan viestinnän saralla Reisjärvi haluaa olla mukana, myös tauolla olevan radiotyön kehittämisessä
<b>Sievi</b> 4812 jäs. 11 työntek.	Toimisto- sihteeri, kaikki.  n. 10.000 e/v.	Viestinnän peruskoulutusta. Katrinan ja tulevien rovastikunnan verkkosivujen käytössä.	Herätysliikkeiden toiminnan ilmoittaminen kirkollisissa ilmoituksissa omana osastonaan.	Yhteisten pelisääntöjen luominen viestinnän perusasioissa olisi lähtökohta yhteisen viestinnän kehittämiseksi.  Katrinan julkaisujärjestelmän rajapinnan hyödyntäminen kirkollisten teossa.
<b>Ylivieska</b> 14285 jäs. 43 työntek. 7 yhteistä työntek.	Tiedottaja 60 %. 85.470 e/v.	Viestinnän peruskoulutusta. Katrinan ja tulevien rovastikunnan verkkosivujen käytössä.  Some-koulutusta.	Paikallinen tiedottaminen seurakunnille, viestinnän kehittäminen sekä yhteiset sisällöt ja käytännöt yhdessä.	Yhteisten sisältöjen ja käytäntöjen kehittäminen niin, että seurakuntien toiminnallisen omaleimaisuuden ilme säilyy. Yhteisten tapahtumien näkyminen samassa mediassa antaa näkysyyttä, mahdollistaa yhteistä suunnittelua ja estää toiminnan päällekkäisyyttä.

Taulukon 3 pohjalta nousevat kehittämisen tarpeet on käsitelty tarkemmin luvun 4 tuloksissa ja luvun 5 johtopäätöksissä. Yhteisenä tekijänä on kaikkien seurakuntien myönteinen suhtautuminen yhteistyön kehittämiseen.

### 3.13 Viestinnällinen itsearviointi

Viestintäajattelun kehitystä voidaan arvioida taulukossa 4 esitettynä neljän askelman portaikkona, jossa painopiste siirtyy lähettäjistä kohti vastaanottajaa (Malmelin 2013, 30-31)

Taulukko 4: Viestinnällinen itsearviointi: mihin sijoitat itsesi ja seurakuntasi viestinnän askelmilla lähettäjistä kohti vastaanottajaa?

Vastaanottaja	Mihin sijoitat itsesi ja seurakuntasi?
↑ Ymmärrys jäsenistä ja vuorovaikutus heidän kanssaan ohjaa koko organisaation strategiaa. Viestinnän tuloksellisuutta seurataan jatkuvasti. Jäsenet osallistetaan toiminnan suunnitteluun ja kehittämiseen.	
↑ Viestinnän suunnittelu perustetaan tutkimustietoon jäsenten tarpeista ja tottumuksista. Viestintä nähdään ennen kaikkea organisaation strategisena työvälineenä, ei taktisena työkaluna.	
↑ Painopiste siirtyy vastaanottajan mielikuviin ja kaikkiin kohtaamisiin, joita hänellä voi organisaation kanssa olla. Markkinointia ja viestintää suunnitellaan yhdessä kokonaisuutena. Kaikki mediat huomioidaan. Viestinnän vuorovaikutteisuus lisääntyy.	
↑ Lähettäjä ja kanava ovat viestinnän keskiössä. Organisaatio pyrkii saamaan asiansa kuuluviin tietyissä kanavissa tai välineissä	

#### Lähettäjä

Taulukon 4 itsearvioinnin avulla voidaan nähdä viestinnällisen ajatuksen kehittyminen lähettäjä ja kanava –keskeisestä tiedottamisesta vastaanottaja –keskeiseen vuorovaikutukseen. Seurakunnassa on lopultakin hyvin vähän sellaista toimintaa, joka ei olisi viestintää. (Malmelin 2013, 28-31)

### ***3.14 Kalajoen rovastikunnan yhteisten työntekijöiden viestinnän tarve***

”Jos olet itse viestintään tyytyväinen, viestintä luultavasti epäonnistuu” (Malmelin 2013, 25). Tuo Wiion laki osoittautui todeksi myös tämän opinnäytetyön tekijälle. Olin kuvitellut hallitsevani kysymyksilläni koko kartoitettavan viestinnän kentän, kunnes huomasin kyseleväni haastatteluissa pelkästään yhteisen seurakuntalehden tai seurakuntasivun tarvetta. Kysymys yhteisestä verkkosivusta ei tullut edes mieleen, kunnes maaliskuussa 2014 juuri virassaan aloittanut rovastikunnan erityisnuorisotyönohjaaja tuli kyslemään rovastikunnan verkkosivuista. Samalla tajusin myös, etten ollut kysynyt neljältä rovastikunnan yhteiseltä työntekijältä mitään heidän viestinnän kehittämisen tarpeistaan. Kutsuin kaikki työntekijät sekä rovastikunnan asioista vastaavan lääninrovastin ja esimieheni palaveriin, jossa päätimme aloittaa rovastikunnan verkkosivujen suunnittelun yhtenä tähän tutkimustehtävääni kuuluvana konkreettisena kehittämisprojektina. Ensimmäisen palaverin jälkeen kaikki saivat pari viikkoa aikaa asian kypsyttelyyn, jonka jälkeen toisessa palaverissa teimme taulukossa 5 esitetyn SWOT-analyysin verkkosivuhankkeesta ja sain sen suunnitteluun tarvittavat kehittämis ehdotukset yhteisiltä työntekijöiltä. Palaverien välissä olin yhteydessä kirkon verkkohankkeen hankekoordinaattoriin ja selvitin, olisiko rovastikunnalla mahdollisuutta päästä hankkeeseen mukaan mahdollisimman pian. Saimme kutsun verkkohankkeen suunnittelupalaveriin Jyväskylään toukokuussa 2014, jonka jälkeen aloittanemme rovastikunnan verkkosivujen toteuttamisen Lukkari –verkkotyökalulla. Kalajoen rovastikunnan verkkosivujen sisältösuunnitelman esittelen luvussa 4.3.4



Taulukko 5. SWOT -analyysi Kalajoen rovastikunnan verkkosivujen tarpeesta huhtikuussa 2014.



Taulukossa 5 esitetty SWOT-analyysi Kalajoen rovastikunnan verkkosivuista painottuu selkeästi vahvuuksien ja mahdollisuuksien puolelle. Analyysi antaa rovastikunnan seurakunnille selkeän mahdollisuuden uuden yhteisen viestinnällisen keskuksen luomiseen.

### 3.15 Näin Ylä-Savossa

Ylä-Savon seurakuntayhtymä perustettiin vuoden 2011 alussa. Siihen kuuluu viisi seurakuntaa: Iisalmi, Lapinlahti, Pielavesi, Sonkajärvi ja Varpaisjärvi. Seurakunnissa on

yhteensä noin 36 000 jäsentä. Seurakuntayhtymässä työskentelee 110 työntekijää, joista 45 seurakuntayhtymässä ja 65 seurakunnissa (2012).” (Lehtonen 2012, 4)

Viestintäpalveluiden tehtävänä on vastata seurakuntayhtymän palvelualueiden viestinnästä sekä tukea ja kehittää siihen kuuluvien seurakuntien viestintää yhdessä seurakuntien kanssa. Viestintä on tukipalvelu, jonka tarkoituksena on viestinnällisesti tukea työntekijöitä neuvomalla ja opastamalla viestinnän kysymyksissä. Lisäksi tavoitteena on tuoda työkaluja sekä yhteisiä käytäntöjä jäsen seurakuntien työntekijöiden avuksi. Viestintäpalvelut vastaavat myös tietyistä viestinnän osa-alueista, jotka on tarkemmin kerrottu viestintäpalveluiden tuottamassa palveluoppaassa. (Lehtonen 2012, 7)

Viestintäpalveluihin kuuluu kolme henkilöä. Viestintäpalveluiden esimiehenä ja viestinnästä vastaavana henkilönä toimii hallintojohtaja, varsinaisina viestinnän työntekijöinä vastaava tiedottaja ja tiedottaja. Kokonaisviestinnällinen viestintävastuu on hallintojohtajalla. Viestintäpalvelut vastaavat seurakuntayhtymän palveluiden viestinnästä. Kirkkoherrat vastaavat seurakuntien sisäisestä ja ulkoisesta viestinnästä. Kokonaisviestinnälliset asiat eli asiat, jotka koskevat kaikkia seurakuntia, esitellään ja päätetään seurakuntayhtymän johtoryhmässä. Kokonaisviestinnän kehittämisestä ja koordinoinnista vastaa viestintäpalveluiden vastaava tiedottaja yhdessä hallintojohtajan kanssa. Jokainen seurakuntayhtymän ja siihen kuuluvan seurakunnan esimies vastaa omasta esimiesviestinnästään ja jokainen työntekijä vastaa omalta osaltaan viestinnän toimivuudesta omalla työalallaan. Seurakuntayhtymän kokoustiedottamisesta vastaa hallintojohtaja ja seurakuntien kokoustiedottamisesta vastaavat kirkkoherrat. Seurakuntayhtymän yhteisen kirkkovaltuuston ja yhteisen kirkkoneuvoston kokoustiedotuksesta on laadittu erillinen viestintäsuunnitelma. Seurakuntayhtymän kriisiviestinnän vastuut ja organisointi on määritelty erillisessä kriisiviestintäsuunnitelmassa. (Lehtonen 2012, 7-9)

Viestintäpalvelun kontakteina seurakuntiin toimivat kirkkoherrojen lisäksi seurakuntasihteerit. Seurakuntasihteerit toimivat mm. viestinnän yleisten viestien viejänä seurakuntien työkokouksiin ja toimittavat viestinnälle tarvittaessa mm. seurakuntien kuukausittaisia tapahtumatietoja. Seurakuntasihteerit on määritelty viestintäpalveluiden kontakteiksi sen vuoksi, että viestinnälle tarpeellinen tieto katsotaan jo olevan heillä tiedossa seurakuntasihteerin työtehtävien vuoksi. (Lehtonen 2012, 8-9)

Kehittämistehtävääni varten sain Ylä-Savon seurakuntayhtymän vastaavalta tiedottajalta viestintäsuunnitelman ja palveluoppaan lisäksi viestinnän budjetin ja tiedottajien tehtäväkuvaukset. Viestinnän budjetti vuodelle 2014 on 103.000 euroa. Henkilöstön palkkakulujen lisäksi budjetti sisältää pakolliset lehtitilaukset ja kalustomenot. Seurakunnat maksavat oman mainontansa, eikä se sisälly yhtymän viestinnän budjettiin. Seurakuntien yhteenlasketut omat viestintäbudjetit ovat 74.822 euroa.

Vastaavan tiedottajan ja tiedottajan tehtävät on määritelty tehtäväkuvauslomakkeissa. Vastaavan tiedottajan tehtävän tarkoitus ja tavoite on kehittää ja suunnitella seurakuntayhtymän ja siihen kuuluvien seurakuntien sisäistä ja ulkoista viestintää monikanavaiseksi, kustannustehokkaaksi ja vuorovaikutteiseksi työntekijöiden ja seurakuntalaisten etuja palvellen. Tehtävän pääasiallinen sisältö on

1. Kehittää, tukea, suunnitella ja koordinoida seurakuntien viestintää yhdessä kirkkoherrojen kanssa ja osallistuu näiden viestintäprojektien toteuttamiseen.
2. Vastata mediasuhteista ja niiden hoidosta yhdessä kirkkoherrojen ja hallintojohtajan kanssa. Opastaa seurakuntien työaloja mediasuhteiden hoitoon.
3. Vastata seurakuntayhtymän ja sen seurakuntien sisäisen viestinnän suunnittelusta, kehittämisestä, koordinoinnista sekä käytännön toteutuksesta. Toimia intranetin ja viikkoinfon päätoimittajana.
4. Vastata seurakuntayhtymän ja siihen kuuluvien seurakuntien graafisen ilmeen kehityksestä ja toteutuksesta.
5. Vastata seurakuntayhtymän palvelualueiden ulkoisesta viestinnästä yhdessä hallintojohtajan kanssa sekä tukea hallintojohtajaa henkilöstöhallinnon viestinnässä ja kokoustiedottamisessa.
6. Vastata viestinnän koulutuksen suunnittelusta ja kehittämisestä sekä toimia kouluttajana sisäisissä ja ulkoisissa viestinnän koulutuksissa.
7. Rovastikunnallisen viestinnän kehittäminen ja viestintätiimin vetovastuu sekä valtakunnallisesta viestintäyhteistyön seuraaminen.

8. Päävastuu seurakuntayhtymän verkkosivujen ja facebook-sivujen kehityksestä ja hyödyntämisestä viestinnän kanavana. Toimii seurakuntien yhteisten facebook-sivujen päätoimittajana ja seinätiimin vetäjänä.

Vaikka vastaava tiedottaja ei toimikaan toisen tiedottajan esimiehenä, vastaa hän viestinnästä. Hän osallistuu seurakuntayhtymän johtoryhmän, seurakuntaliitteen toimitusneuvoston, Iisalmen seurakunnan koko henkilöstön ja Iisalmen rovastikunnan viestintätiimin kokouksiin. Tiedottajan tehtävän tarkoitus ja sen tavoite on toimia seurakuntayhtymän seurakuntien työalojen käytännön viestintätukena. Työtehtävien pääpaino on verkkoviestinnän tukeminen. Tehtävän pääasiallinen sisältö on

1. Seurakuntien verkkoviestinnän, sosiaalisen median ja verkkopalveluiden tukeminen, koulutus ja koordinointi.
2. Iisalmen seurakunnan ja Ylä-Savon seurakuntayhtymän verkkosivujen päätoimittajuus.
3. Muu viestintätuki seurakunnille, esim. esitteet, julisteet, tapahtumatiedotteet, mainokset, valokuvat, verkkojutut, buffijutut ja tapahtumien viestintäsuunnitelmat. Jatkossa seurakuntien työalat laativat mainoksia pääosin itse, kun saadaan valmiiksi mainospohjat, graafinen ohjeistus ja tapahtumatiedottamisen työkalupakki.
4. Vastata Iisalmen seurakunnan liitteen toimituksesta sekä siihen liittyvän aineiston koordinoinnissa.
5. Vastata Iisalmen seurakunnan viestinnän toiminta- ja taloussuunnitelman ja talousarvion laatimisesta yhdessä vastaavan tiedottajan kanssa.
6. Viestintätuki seurakuntien eri viestintäprojekteissa (mm. muutosviestinnän hankkeet ja suuret tapahtumat).
7. Toimii vastaavan tiedottajan sijaisena ja Iisalmen seurakuntasihteerin sijaisena kirkollisten ilmoitusten laadinnan osalta.
8. Lisäksi tiedottaja osallistuu Iisalmen seurakunnan toiminnanohjausryhmän, yhtymän johtoryhmän, liitteen toimitusneuvoston, Iisalmen seurakunnan koko henkilöstön ja Iisalmen rovastikunnan viestintätiimin kokouksiin.

Viestintäsuunnitelma 2012-2016 on laadittu tukemaan yhtymän strategisia tavoitteita kirkon viestintäohjelman mukaisesti viestinnän yleisiä periaatteita: luotettavuutta, avoimuutta, nopeutta ja vuorovaikutteisuutta noudattaen. Suunnitelma määrittelee päätehtävät, tavoitteet, periaatteet ja kanavat sekä yhtymälle että siihen kuuluville seurakunnille. Viestintäsuunnitelman lisäksi yhtymän viestintä on julkaissut viestinnän palveluoppaan (Lehtonen 2013a) verkkoviestintäsuunnitelman (Lehtonen 2013b). Molemmat julkaisut ovat selkeitä lukea ja ymmärtää ja ovat näin loistavia työvälineitä työntekijöiden käyttöön. Lisäksi yhtymän ja siihen kuuluvien seurakuntien graafinen ilme on mukautettu kirkon virallisen ilmeen mukaiseksi. Parasta aikaa yhtymän viestintä on pilotoimassa kirkon verkkohankkeen Taajama-mallia yhtymän uusiksi verkkosivuiksi.

Ylä-Savon seurakuntayhtymä käsittää viisi Iisalmen rovastikunnan seurakuntaa. Ulkopuolelle ovat jääneet Kiuruvesi, Pyhäjärvi ja Vieremä. Jäsen- ja työntekijämäärältään se on noin puolet Kalajoen rovastikunnan vastaavista määristä. Viestintä on Ylä-Savon seurakuntayhtymän ainoa yhteinen työmuoto, Kalajoen rovastikunnassa on jo ilman viestintää neljä yhteistä virkaa. Yhteistä kummallekin on pitkä yhteistyön perinne, joka Ylä-Savossa johtikin yhtymän perustamiseen.

Toteutuupa seurakuntarakennemuutos tai ei Ylä-Savon seurakuntayhtymän viestintäsuunnitelma, palveluoppas ja verkkoviestintäsuunnitelma antavat hyvän mallin yhteisen viestinnän kehittämiseksi Kalajoen rovastikunnassa. Jos seurakuntayhtymä toteutuu antaa Ylä-Savon malli edellisten lisäksi myös selkeän resurssisuunnitelman tarvittavista resursseista ja varoista. Resurssipohdinta jatkuu luvussa 4.1.

## 4 KALAJOEN ROVASTIKUNNAN SEURAKUNTIEN VIESTINNÄN KEHITTÄMINEN

Tässä luvussa käsitellään keskeisimpiä esiin nousseita tuloksia haastatteluferointien, analysointitaulukkojen ja verkkosivukartoituksen pohjalta. Opinnäytetyö on lähetetty kaikkien haastateltavien tarkistettavaksi huhtikuussa 2014 ja tarvittavat muutokset on tehty toukokuussa 2014 pidettyyn seminaariesitelmään mennessä. Kehittämisaatuksia esitellään kaikkien rovastikunnan työntekijöiden tyky-päivässä elokuussa 2014.

### 4.1 Resurssit

Rovastikunnan seurakuntien viestinnän yhteisbudjetti on noin 260.000 euroa/vuosi. Tuosta summasta vähän yli puolet menee kirkollisiin ja muihin ilmoituksiin sekä omien seurakuntasivujen, -lehtien ja muiden julkaisujen kuluihin. Henkilöstöresurssi on 3,2 viranhaltijaa ja se jakaantuu neljän seurakunnan, Haapaveden, Kalajoen, Nivalan ja Ylivieskan osalle. Nivalan viranhaltijaresurssi (80 %) vuodesta 2015 eteenpäin on vielä avoin. Yhteisbudjetissa henkilöstöresurssien osuus oli kartoituksen aikaan kuitenkin vain 100.000 euroa. Ainoalla päätoimisella tiedottajalla on hoidettavana kaksi seurakuntaa, Kalajoki (kaksi kappeliseurakuntaa) ja Ylivieska (yksi kappeliseurakunta), joiden kokonaisjäsenmäärä on 25.400. Tämän pohjalta voidaan laskea, että yhteensä 71.151 jäsenen kokoisen Kalajoen rovastikunnan viestintä voitaisiin hoitaa kolmen tiedottajan voimin. Kustannukset eivät nousisi merkittävästi, koska keskitetyllä viestinnällä saataisiin suunniteltua yhteiset käytännöt ja kanavat sekä kilpailutettua palvelut. Järjestely vaatisi yhteisen viestintäsuunnitelman tekoa. Tärkeää olisi silti säilyttää paikallisten seurakuntien omaleimaisuus ja viestinnän perinteet. Seurakunnat hoitaisivat kirkkoherran johdolla itsenäisesti oman viestintänsä yhdessä sovitun tehtäväjaon mukaisesti kuitenkin niin, että kirkolliset ilmoitukset jäisivät seurakuntien tehtäväksi. Yhteinen viestintä voisi keskitetysti hoitaa viestinnän koulutusta niin, että työntekijät saisivat riittävän osaamisen oman työalansa viestintään. Kartoituksen pohjalta tämä vaihtoehto nähtiin luontevimpana kehityssuuntana, jos koko tai lähes koko rovastikunnan kokoinen seurakuntayhtymä toteutuisi. Ylä-Savon seurakuntayhtymän resursseihin verrattuna kolmen tiedottajan voimin toimiva keskitetty viestintä on vähemmän,

koska rovastikunnan koko alueellisesti ja jäsenmäärältään on kaksinkertainen Ylä-Savoon verrattuna. Tiukkenevassa taloudellisessa tilanteessa suurempiin henkilöresursseihin tuskin kuitenkaan olisi realistisia edellytyksiä.

Jos taas seurakuntayhtymää ei tulisi, voitaisiin nykyisten resurssien puitteissa parantaa yhteisellä koulutuksella työntekijöiden viestinnän tietämystä, valmiuksia ja käytäntöjä. Rovastikunnassa olemassa olevaa viestintäkoulutuksen ohjausryhmää voitaisiin käyttää yhteisen suunnittelun ja koulutuksen toteuttamisessa.

## **4.2 Työyhteisöviestinnästä liikkeelle**

Seitsemän isoimman seurakunnan tärkein kanava sisäisessä viestinnässä on Katrina – toiminnanohjausjärjestelmä. Neljän pienimmän seurakunnan sisäinen viestintä hoituu luontevimmin kasvotusten kohtaamisten ja kahvihetkien kautta. Kaikissa seurakunnissa työntekijäkokoukset ovat keskeinen kanava yhteisten asioiden käsittelemiselle, vaikka yhteistyötoimikunta onkin isompien seurakuntien virallinen elin työympäristöön liittyvien asioiden käsittelyssä. Sisäisen tiedottamisen ja yhteisten asioiden esille nostamisen tärkeänä kanavana on sisäinen ilmoitustaulu. Katrina-seurakunnissa se löytyy sovelluksesta. Sievissä on käytössä valko- ja liitutaulut, joita voitaisiin ottaa käyttöön ainakin sellaisissa seurakunnissa, joissa kokoonnutaan aamu- ja päiväkahvihetkiin saman katon alle yhteiseen tilaan.

### **4.2.1 Avoimuuden ja tasa-arvoisuuden periaate**

Työyhteisö on yhtä avoin, kun sen työyhteisöviestintä on. Siksi on erityisen tärkeää, että koko henkilöstöllä on mahdollisuus osallistua yhteisten asioiden suunnitteluun ja toteuttamiseen. Jokainen tietää, miltä tuntuu, kun joku kysyy mielipidettäsi asiaan, josta tiedät paljon tai joka koskettaa sinua kuin myös sen kun näkemyksiäsi ei kuulla. Jos työntekijällä on kuulluksi tuleminen tunne häneen tai hänen osaamiseensa liittyvissä asioissa, vahvistaa se hänen luottamustaan, asennettaan ja motivaatiota työyhteisössä. Kirkkoneuvoston ja –

valtuuston päätöksistä tiedottaminen työyhteisölle vaihtelee. Muutamassa seurakunnassa kokousuutiset uutiset lähetetään sähköpostilla koko henkilöstölle, Haapajärvellä ja Nivalassa myös luottamushenkilöille.. Sähköposti on merkittävä sisäisen viestinnän väline. Myös tekstiviesteillä tiedotetaan joissakin seurakunnissa. Katrinan tekstiviestipalvelu (sms) oli käytössä ainakin Kalajoen seurakunnassa. Kaikkien seurakuntien kannattaisi tallentaa työntekijöiden numerot tekstiviestiryhmäksi erityisesti kriisitilanteen varalta, jolloin voitaisiin tarvittaessa lähettää nopea viesti yhdellä kertaa koko henkilöstölle.

#### **4.2.2 Katrina -toiminnanohjausjärjestelmän hyödyntämisen kehittäminen**

Viestinnän kannalta Katrina on parantanut merkittävästi sekä seurakunnan sisäistä että ulkoista viestintää. Kuka tahansa voi laittaa järjestelmän kautta viestejä sekä lisätä ja muokata kaikkien käyttäjien aloitussivulla näkyvää ilmoitustaulua. Ulkoisen tiedotuksen kannalta Katrina lähettää haluttaessa resurssinvarauksesta suoraan tiedon omille verkkosivulle. Uutena ominaisuutena ovat myös Facebook- ja YouTube-profilien nostomahdollisuudet omille verkkosivuille. (Katrina 2014)

KatSync mahdollistaa kaksisuuntaisen synkronoinnin mobiililaitteiden kanssa. Toiminto tuo Katrinan kalenteritiedon puhelimen kalenteriin ja vie sen puhelimesta Katrinan kalenteriin. Sidosryhmärekisterin kautta työntekijä pystyy hallinnoimaan vapaaehtois- ja osallistujaryhmiään. Diakonia-asiakasrekisterin kautta voidaan ylläpitää asiakasrekisterin lisäksi myös avustusrekisteriä.

Järjestelmän hyödyntäminen paranee parhaiten palautetta ja toiveita antamalla järjestelmän ylläpidolle. Jos sama asiakaslähtöinen kehittäminen jatkuu, järjestelmä ja sen hyödyntäminen paranee entisestään.

Toiminnanohjausjärjestelmän käytön ja hyödyntämisen edellytyksenä on käyttäjien perusteellinen koulutus. Katrinan tyyppinen selkeä ja käyttäjäystävällinen järjestelmä motivoi käyttäjää oppimaan ja hyödyntämään lisää järjestelmän mahdollisuuksia. Haastatteluissa tuli ilmi, että Katrinan käyttö oli monessa seurakunnassa jäänyt kuuden vuoden takaisen käyttökoulutuksen varaan. Julkaisujärjestelmä Katrinasta verkkosivuille oli käytössä vain



kolmessa seurakunnassa. Siksi Katrinan käyttäjät tarvitsisivat räätälöityä koulutusta, jota voitaisiin järjestää rovastikunnallisesti esimerkiksi niin, että pääkäyttäjät kokoontuisivat pariin päiväksi päivittämään tietonsa ja jakamaan seurakuntien eri käytännöt sekä tutustumaan uusiin mahdollisuuksiin. He voisivat jatkaa koulutusta omissa seurakunnissaan. Pääkäyttäjää pitäisi olla jokaisessa seurakunnassa ainakin kaksi ja heistä toisen pitäisi olla aina käytettävissä.

### **4.3 Ulkoinen viestintä**

Seurakunnat toteuttavat ulkoista viestintäänsä niin hyvin kuin rajallisilla resursseillaan osaavat. Yhteisenä piirteenä on hyvä yhteistyö paikallisten lehtien ja myös radioiden kanssa. Seurakuntien tiedotteet ja uutiset läpäisevät hyvin julkaisukynnyksen. Juttuvinkkejä otetaan mielellään vastaan, mutta lehtienkin resurssien vähentyessä viikonloppuun painottuneeseen toimintaan saadaan harvoin toimittajia paikalle. Monet seurakunnat uutisoivat kirkkoneuvoston ja –valtuuston kokoukset ja julkaisevat pöytäkirjat verkkosivuillaan. Avoimuuden ja läpinäkyvyyden kannalta tähän uutisointiin voitaisiin yhdessä kouluttautua ja saada se säännölliseksi toiminnaksi kaikissa seurakunnissa.

#### **4.3.1 Kirkolliset ilmoitukset**

Seurakunnat julkaisevat nk. kirkollisia, viikoittaisia ilmoituksia toiminnastaan ja kirkollisista toimituksista, kattavasti verkkosivuillaan ja omassa paikallislehdessään sekä aluelehdessä, jopa maakuntalehdessä. Useimmissa seurakunnissa kirkolliset –tiedosto on oman toimialueverkon yhteisessä kansiossa, johon jokainen työntekijä voi käydä lisäämässä omat ilmoituksensa. Kirkkoherranviraston työntekijä muokkaa ja lähettää tiedoston lehtiin ja verkkosivuille. Joissakin seurakunnissa käytetään hyväksi Katrinan julkaisujärjestelmää, joka päivittää tiedot suoraan omille verkkosivuille tai jopa omalle web-sivulle, josta ne voidaan käyttää suoraan kirkollistiedostona. Käytännöt siis vaihtelevat. Joka tapauksessa Katrinan julkaisujärjestelmää kannattaa hyödyntää ainakin omien verkkosivujen päivityksissä, jos seurakunnassa on Katrina käytössä.

Kirkollisten sisällön luettavuuteen kannattaa kiinnittää erityistä huomiota. Tekstin tulisi olla tiivistä ja helposti ymmärrettävää ilman verbejä ja turhia täyte-sanoja. Myös lyhenteistä tulisi luopua, jos ne eivät ole yleisesti käytössä olevia virallisia lyhenteitä. Vaarana on, että kieli ei ole muiden kuin ”sisäpiiriläisten” ymmärrettävissä. Vaikka kirkolliset ilmoitukset tavoittavatkin yleensä jo toiminnassa mukana olevat tai siitä kiinnostuneet, tulisi tekstin olla kenelle tahansa ymmärrettävää.

Yhtenä tärkeänä edellytyksenä yhteisen viestinnälle kehittämiselle tuli haastatteluissa esille kirkollisten tekemisen yhtenäistäminen niin, että ne voitaisiin tehdä yhden julkaisujärjestelmän kautta kirkkoherranvirastoissa koottuna, jolloin tiedottajille jäisi enemmän resursseja muuhun viestintään ja sen kehittämiseen.

Herätysliikkeiden toiminnan ilmoittaminen kirkollisissa ilmoituksissa omana osastonaan on tärkeä yhteisen pohdinnan aihe. Aika on muuttunut, eivätkä ihmiset enää välttämättä tunnista seurakunnan toimintaa herätysliikkeiden toiminnasta. Toisaalta pohdittiin, lisäisikö herätysliikkeiden erottelu toiminnan karsinointia? Asiasta olisi hyvä käydä keskustelua kaikkien alueella toimivien herätysliikkeiden kanssa.

#### **4.3.2 Kalajokilaakso –lehden kirkollissivu**

Aktiiviset seurakuntalaiset osallistuvat tilaisuuksiin yli seurakuntarajojen. Tämän mahdollistaa nimenomaan keskiviikon Kalajokilaakson kirkollissivu. Keskiviikon Kalajokilaakso –lehdessä kirkollisia ilmoituksia julkaisevat Alavieska, Haapajärvi, Haapavesi, Kalajoki, Nivala, Reisjärvi, Sievi ja Ylivieska. Haastatteluissa tämä kirkollissivu nähtiin yhteisenä seurakuntasivuna, joka viestii alueemme seurakuntien vahvasta toiminnallisuudesta. Yhteinen sivu madaltaa seurakuntien raja-aitoja ja antaa aktiivisille seurakuntalaisille mahdollisuuden nähdä koko alueen toiminnan kirjo ja osallistua myös muiden seurakuntien toimintaan. Sivua on suunniteltu ja suunnitellaan Kalajokilaakso –lehden kanssa yhteistyönä. Sivun graafinen ilme koostuu yläkerran otsikkovinjetistä, jossa lukee: ”Seurakunnat kutsuvat – Tervetuloa”. Tekstin alla on pienemmällä tekstillä seuraavan sunnuntain antifoni eli kirkkovuoden aiheesta nouseva lyhyt laulun säe Raamatun Psalmien kirjasta. Sivun ilme ja palstajako muuttuivat kevään 2014 koko lehden ulkoasun muutoksen yhteydessä. Vein haastatteluissa esiin tulleen ajatuksen sivun luettavuuden parantamisesta lehden graafiselle suunnittelijalle ja

ideoimme yhdessä viisipalstaisen sivun, joka tuli käyttöön huhtikuun 2014 alusta. Jo nyt sivun luettavuuden paranemisesta on tullut runsaasti positiivista palautetta. Ilmettä ja luettavuutta lisäävät myös yhtenäiset otsikoinnit ja julkaistavan sisällön periaatteet, sovitut tekstitehosteet ja seurakuntien logot. Rovastikunnallinen viestintä on huomioitu sivulla oikeassa yläkulmassa olevan ”Kalajoen rovastikunnan yhteinen toiminta” –palstan muodossa. Tälle palstalle kootaan yhteisen toiminnan lisäksi seurakuntien, herätysliikkeiden ja alueella toimivien kristillisten opistojen järjestämät suuremmat, kaikille avoimet tapahtumat. Tietojen vienti Kalajokilaakso- ja Keskipohjanmaa –lehtiin tapahtuu KP24 web-palvelimen kautta, jonne kaikilla seurakunnilla on omat tunnukset. Rovastikunnan yhteinen toiminta –palstalle tiedot viedään samalle palvelimelle yhteisen tunnuksen kautta, joka on kaikkien seurakuntien käytössä.

#### **4.3.3 Seurakuntien viestintä alueen lehdissä**

Neljä seurakuntaa – Alavieska, Haapavesi, Kalajoki ja Nivala - julkaisee paikallislehdessä omaa seurakuntaliitettä tai -aukeamaa 2-6 kertaa vuodessa. Kolme seurakuntaa – Oulainen, Sievi ja Ylivieska - julkaisee paikallislehdessä omaa seurakuntasivua joka viikko tai joka toinen viikko. Kärämäen seurakunta lähettää joulu- ja pääsiäistiedotteen joka kotiin. Haapajärvellä ja Pyhäjoella ei ole varsinaista itse toimitettua julkaisua, mutta tiivis säännöllinen yhteistyö paikallisten lehtien kanssa. Reisjärvi julkaisee omaa aikakauslehti – tyyppistä joululehteä. Seurakunnat ovat siis hyvin aktiivisia oman toimintansa tiedottamisessa ja yhteistyössä paikallisten lehtien kanssa. Myös alueen lehdet antavat hyvin palstatilaa seurakuntien tiedotteille ja uutisille. Tätä perinnettä ja paikallisia käytäntöjä kannattaa vaalia, mutta samalla kannattaa miettiä resurssien käyttöä viestinnän kentän moninaistuessa.

Rovastikunnan viestinnän kehittämisessä on mietitty yhteistä lehteä, joka voisi olla yksi vaihtoehto, jos seurakuntayhtymä toteutuu. Oman laadukkaan lehden tekeminen on kuitenkin niin kallista puuhaa, että se vaatisi tulevalta yhtymältä merkittävää resurssipanostusta. Muita yhteisiä mahdollisuuksia olisi esimerkiksi Kalajokilaakson kirkollissivun toimittaminen seurakunta-aukeamaksi muutaman kerran vuodessa tai juttupankin perustaminen. Itse näkisin merkittävänä kehittämiskanavana keskitetyn

juttuvinkkien tarjoamisen. Lehtien toimittajat ovat ammattilaisia juttujen tekemisissä eikä siihen kannata käyttää liikaa työntekijöiden muutenkin jo rajallista työaikaa.

Pyhäjokiseudun seurakuntien viestintäkulttuuri ulkoisten medioiden suhteen poikkeaa Kalajokiseudun seurakunnista. Neljän seurakunnan - Haapaveden, Kärämäen, Oulaisten ja Pyhäjoen sekä Merijärven kappeliseurakunnan – päämedia aluelehtenä on Pyhäjokiseutu. Haapaveden ja Merijärven kirkolliset ilmoitukset julkaistaan kuitenkin myös keskiviikon Kalajokilaakso-lehdessä. Tämä asetelma on tärkeää huomioida yhteisen ulkoisen viestinnän kehittämisessä.

#### **4.3.4 Yhteiset verkkosivut moni-ilmeisen viestinnän keskuksiksi**

Yhteinen verkkosivusto on edullisin väline tukea ja kehittää paikallisten seurakuntien viestintää. Se on myös paras väline kehittää seurakunnan viestintää perinteisestä tiedottamisesta enemmän vuorovaikutteiseksi. Verkkosivut mahdollistavat myös painopisteen suuntaamisen sisällölliseen viestintään. Kirkkovuoden ja kristillisen perinteen tietämys on ohentunut. Viestinnän sisällössä olisi mahdollista yhdistää sisäkkäin tieto ja sanoma sekä niistä lähtevä toiminta.

Haastatteluja tehdessäni en edes itse mieltänyt tätä mahdollisuutta. Se tuli esille vasta rovastikunnan yhteisten työntekijöiden tarpeita kartoittaessa. Haastatteluja litteroidessani huomasin sen nousseen esille useamman kerran vastausten sivulauseissa. Luvussa 3.13 on esitelty verkkosivujen kartoitusprosessi ja SWOT -analyysi aiheesta.

Yhteiset verkkosivut voisivat olla rovastikunnan seurakuntien työntekijöiden oletuskotisivu eli Internet –selain toimialueen työasemilta avautuisi näille sivuille. Tämän lisäksi sivuilla voisi olla Intranet, eli mahdollisuus työntekijöiden yhteiseen suljettuun sivustoon, jolloin sivut toimisivat myös yhteisen sisäisen viestinnän välineenä.

Suunnittelimme verkkosivujen sisältöä palaverissa huhtikuussa 2014 (LIITE 7). Etusivua suunnittelimme kirkon verkkohankkeen Taajama-mallin mukaisesti, jota Ylä-Savon seurakuntayhtymä oli samaan aikaan pilotoimassa. Etusivu –näkyvässä olisi mahdollista nostaa esille seuraavat sisältö -kokonaisuudet:

- Seurakuntien yhteiset tapahtumat (vaatii yhteisen julkaisurajapinnan/työkalun),
- Jumalanpalveluselämän kehittäminen (käynnissä lähes kaikissa rovastikunnan seurakunnissa),
- Ajankohtaiset –palsta uutisille ja tiedotteille,
- Some –nosto yhteisestä some –profiilista (Facebook, Twitter tai joku blogisivusto), joka voisi olla esimerkiksi ”Tässä hetkessä” –sivu Facebookissa, jossa olisi paikalla kerralla ainakin kaksi työntekijää, jotka seuraisivat ja kommentoisivat sivulle tulleita postauksia ja kommentteja sekä ohjaisivat omilla päivityksillään keskustelun sisältöä,
- Päivystävä pappi (jos ei yhdistetä edelliseen ”Tässä hetkessä” –sivuun)
- Hartaus –palsta (jos ei yhdistetä ”Tässä hetkessä –sivuun”, jonne vuorolistan mukaan työntekijät julkaisisivat esim. max 200 merkin ”Matkaevästä” –ajatuksen),
- Bannerit Erityisnuorisotyön, Perheneuvonnan, Palvelevan Puhelimen, Sairaalasielunhoidon, Petroskoin ystävyysseurakuntatyön, Lääninrovastin ja Koulutuksen omille sivuille,
- Linkit seurakuntien omille verkkosivuille.
- Yhteinen vapaaehtoispankki

Yhteiset verkkosivut olisivat selkeä keskus yhteisille työmuodoille ja antaisivat kanavan oman näkyvyyden markkinoimiseen. Rovastikunnan yhteiset työntekijät ovat suunnitelleet omien työala –sivujensa sisältöä.

Erityisnuorisotyö:

- Esittely ja yhteystiedot,
- Infot Tekstari-Tupusta, Saapas-autosta (ehkä myös varauskalenteri), Netti-Saappaasta, Saappaan festarityöstä ja päivystyksistä, Tiedotus-osio yleisistä erityisnuorisotyön asioista,
- Tietopankki –osio, mihin voi linkittää hyvää tietoa erityisnuorisotyöhön liittyvästä materiaalista,
- Intra Tekstari Tupu –päivystäjille ja Saappaan vapaaehtoisille.

Perheneuvosta ja Palveleva Puhelin:

- Esittely ja yhteystiedot,
- Tietopankki –osio, jossa parisuhdetietämystä ja koulutuslustoja,

- Apua verkosta -osio, mihin voisi linkittää verkostoja perheneuvontaan liittyvistä palveluista, mm. Suhdekliniikkaan, jota perheneuvojat pyörittävät.

#### Palveleva Puhelin:

- Esittely,
- Linkitys PalvelevaanNettiin ja muihin kirkon yhteisiin sielunhoito- ja keskustelupalveluihin,
- Kaksitasoinen intranet yhdyshenkilöille ja vapaaehtoisille päivystäjille, jossa mahdollisuudet vertaistukeen, koulutusmateriaaliin; toimisi näin myös sisäisenä oppimisympäristönä.

#### Sairaalasielunhoito

- Esittely ja yhteystiedot,
- Kun läheinen sairastuu –vertaistietoa,
- Saattohoito koskettaa joskus jokaista –vertaistietoa,
- Mielenterveys –tietoa,
- Verkostolinkityksiä.

#### Petroskoin ystävyysseurakuntatyö:

- Esittely ja yhteystiedot,
- Ajankohtaista tietoa,
- Toiminnan historiaa.

Verkkosivuhanke etenee niin, että kaikkien seurakuntien kirkkoherrat, tiedottajat ja rovastikunnan yhteiset työntekijät ovat saaneet kirkon verkkohankkeen hankekoordinaattorilta kutsun toukokuussa 2014 Jyväskylässä pidettävään info- ja työpajapäivään, jonka jälkeen sivujen tekeminen on tarkoitus aloittaa yhteisenä työpajana verkkohankkeen Lukkari –työkalulla. Toukokuun alussa pidettävä kirkolliskokous päättää työkalun hinnan. Jos hinta nousee kovin korkeaksi, joudumme miettimään uudelleen mukaan lähtemistä. Siinä tapauksessa joudumme valitsemaan toteutukseen jonkun muun verkkosivu –työkalun.

#### 4.3.5 Yhteinen Facebook-sivu verkkosivun vuorovaikutuskanavaksi

”Tässä hetkessä” –Facebook-sivun tekemisen idea syntyi tämän opinnäytetyön tuloksia kirjoittaessani huhtikuussa 2014 pidetyn työryhmän kokouksen muistiota purkaessani. Sivun olisi mielestäni luonnollisin sosiaalisen median nosto yhteisille verkkosivuille. Sivun tavoite olisi yksinkertaisesti yhteisen vuorovaikutteisen viestinnän kanavan toteuttaminen, niin että olisimme sisällöllisesti sanomamme ytimessä ja sitoutuisimme siihen yhdessä. Toinen tavoite olisi luoda väline, jonka avulla saisimme uskottavan tartuntapinnan myös niihin ihmisiin, joita emme tavoita perinteisillä tiedottamisen välineillä. Sivusta vastaavan työryhmän voisi koota seurakunnista alkusyksystä halukkuusperiaatteella ja aloittaa samalla koulutus. Työryhmässä olisi vähintään yksi työpari/seurakunta. Alustavana ideana olisi, että työpari vastaisi sivun ylläpidosta yhden päivän vuorollaan. He avaisivat päivän jollakin hengelliseen elämän hoitamiseen liittyvällä päivityksellä niin, että sivulla kävijöiden olisi helppo jatkaa ajatusta omilla kommentteillaan. Päivitykset voisivat lähteä kirkkovuoden teksteistä, mutta niiden kielen tulisi olla oman alueemme ihmisten käyttämää ymmärrettävää puhekieltä. Työpari seuraisi päivän sivun kommentointia, uusia päivityksiä ja osallistuisi keskusteluun. Sivulla olisi käytössä luonnollisesti myös keskustelu- ja viestimahdollisuus ei julkiseen keskusteluun, jota työpari ylläpitäisi.

Yhteisillä verkkosivuilla ja ”Tässä hetkessä” –Facebook-sivuilla voisimme olla yhdessä luomassa uutta yhteisöllisyyden ja osallisuuden –viestintäkulttuuria, jonka avulla voisimme olla uskottavasti läsnä alueemme ihmisten elämässä. Sivujen markkinoinnissa voisimme käyttää jo olemassa olevia seurakuntien verkko- ja Facebook-sivuja sekä Facebook -mainontaa.

Lähetän tämän opinnäytetyön tarkastettavaksi kaikkiin seurakuntiin ja toivon teiltä kannanottoa sekä yhteiseen verkkosivu-, että ”Tässä hetkessä” –sivuideaan. Elokuun lopulla pidettävässä rovastikunnan työntekijöiden tyky-päivässä olemme avaamassa näitä konkreettisia viestinnän uusia mahdollisuuksia aamun yhteisessä kokoontumisessa viestinnän ohjausryhmän voimin.

## **4.4 Koulutus**

Suurimpana koulutustarpeena nousi haastatteluissa esille viestinnän peruskoulutus. Sitä voitaisiin järjestää keskitetysti yhdessä. Yhteisille verkkosivuille voitaisiin linkittää myös kirkon Sakasti -intrassa oleva koulutuspankki (Sakasti 2014d).

Hengellinen työ verkossa –hankkeella koulutettiin vuosina 2011-2013 yhteensä 65 rovastikunnan seurakuntien työntekijää käyttämään sosiaalista mediaa työnsä välineenä. Haastatteluissa tuli toistuvasti esille tarve yhteisestä jatkokoulutuksesta. Koulutus voitaisiin järjestää edellisessä alaluvussa mainitun yhteisen verkko- ja Facebook -sivukoulutuksen yhteydessä. Näihin koulutuksiin seurakunnat voisivat lähettää kaikki halukkaat työntekijät mukaan. Yhteisellä koulutuksella saataisiin sosiaalisen median sivuille ja ryhmiin enemmän suunnitelmallisuutta, sitoutumista, uskottavuutta ja läsnäolevaa vuorovaikutusta.

Seitsemässä seurakunnassa käytössä olevan Katrina –toiminnanohjausjärjestelmän koulutus nousi myös haastatteluissa keskeiseksi koulutustarpeeksi. Tätä koulutustarvetta olen jo avannut luvussa 4.2.2.

Jos seurakuntayhtymä tulevaisuudessa toteutuu, olisi viestintäkoulutus tärkeä osa yhteisten tiedottajien työnkuvaa. Parasta viestinnän koulutusta on kuitenkin jokaisen työntekijän omaehtoinen itsensä ja oman asenteensa kehittäminen toisen ihmisen kohtaamiseen.

## **4.5 Kotonakin voi olla kirkossa**

Kalajoen rovastikunnan seurakunnat ovat olleet edelläkävijöinä jumalanpalvelusten lähettämisessä verkkosivujensa kautta Internetissä ns. nettikirkkoina. Sunnuntain jumalanpalvelukset ovat Internetin kautta kuultavissa peräti kahdeksasta rovastikunnan kirkosta. Tämän on mahdollistanut Keskipohjanmaan IT-aluekeskuksen osaavat it-asiantuntijat. Sitä mukaan kun kirkot on saatu valokuidun päähän, on niihin sijoitettuihin työasemiin asennettu Edcast-ohjelmisto, jonka kautta kirkon äänentoistoon liitetyt työasemat ovat lähettäneet jumalanpalvelukset nettikirkkoina. Avainasemassa tämän uuden osallisuuden tarjoamisessa ovat olleet seurakuntamestarit ja suntiot, jotka ovat olleet valmiita



sisällyttämään tämän uuden tehtävän muutenkin työntäyteisen sunnuntaiaamun työnkuvaansa. Nettikirkko on yhteisöllisyyden tarjoamista niille, jotka eivät syystä tai toisesta voi tulla kirkkoon. Omaishoitajien lehdessä tämä oli oivallettu otsikon ajatuksena: kirkossa voi olla kotonakin.

Lisäksi jumalanpalveluksia lähetetään rovastikunnan alueelta säännöllisesti Radio Pookissa Kalajoen, Nivalan ja Ylivieskan kirkkoista. Näissäkin lähetyksissä käytetään hyödyksi nettikirkon lähetyksiä. Kirkosta tuleva digitaalinen ”bittistriimi” muutetaan Pookin studion konvertterilla analogiseksi radiosignaalksi. Järjestelmä on poistanut teknisen henkilöstön tarpeen kirkkoissa ja linkittävissä studioissa.

Nettiselaimeiden ja nettiradio –sovellusten sekä mobiili- ja tablet –yhteyksien lisääntyessä tulevaisuuden haasteena on löytää sivuille sellaiset soittimet, joilla voitaisiin tarjota lähetysten mahdollisimman hyvä kuunneltavuus päätelaitteesta tai selaimesta riippumatta. Myös yhteistä ohjeistusta nettikirkon kautta lähetettävien jumalanpalvelusten toimittamiseen tarvittaisiin. Nettiradiota voitaisiin enemmän hyödyntää myös muiden kirkosta lähetettävien tilaisuuksien lähettämisessä esimerkiksi silloin, kun joku ei ole päässyt paikalle tai on kaukana. Periaatteessa nettiradiota voitaisiin hyödyntää tarvittaessa paikasta riippumatta, kunhan ohjelmiston sisältävä tietokone on mukana ja siihen saadaan liitettyä paikallinen äänentoisto.

Radiotyöllä on muutenkin takanaan rovastikunnan seurakunnissa loistava menneisyys. 1990-luvun alusta lähtien olemme toimittaneet yhteisiä radio-ohjelmia Radio Pohjanmaahan (myöhemmin Radio Keski-Pohjanmaahan), edesmenneeseen Radio Foniin ja Radio Pookiin. Viimeisessä vaiheessa toimitimme vuosien ajan Etappi-ohjelmaa Radio Pookiin yhdessä Raahen seurakunnan ja Oulun seurakuntayhtymän kanssa. Vuosien aikana myös koulutimme alueeltamme osaavan tiimin radio-ohjelmien toimittamiseen. Tällä hetkellä yhteinen radiotyö on tauolla. Internetin ja sosiaalisen median kehittyessä, radion merkitys viestinnän osana on vähentynyt erityisesti siitä syystä, että radiot ovat siirtyneet toimitettujen ohjelmien lähetyksistä ohjelmavirta –tyyliseen toimituskulttuuriin. Radio Dein lähetykset ovat alkamassa mahdollisesti jo kuluvana vuonna Haapaveden lähettimen kautta ja tämä voi antaa tulevaisuudessa uuden haasteen myös seurakuntien radiotyölle.

#### **4.6 Markkinointiviestintä seurakuntaympäristössä**

Yhdeksällä seurakunnalla on oma logo ja enemmän tai vähemmän siitä johdettu graafinen ilme verkkosivuilla ja julkaisuissaan. Muutamalla seurakunnalla on myös strategia ja toiminta-ajatus. Välittävätkö logot oikeasti seurakuntalaisilla olevaa kuvaa seurakunnasta vai pyritäänkö niillä vaikuttamaan brändin syntymiseen, on jo vaikeampi kysymys.

Yleensä yritykset ja organisaatiot pyrkivät segmentoimaan asiakaskuntaansa, mutta seurakunnan kohdalla tämä on jo kristillisen ihmiskäsityksen vastaista. Jo asiakas –sanaa pyritään välttämään. Seurakunnan asiakkaita ovat kaikki alueen ihmiset, eivät pelkästään jäsenet. Toiminta pyritään tuottamaan ja markkinoimaan niin, että kaikki olisivat samalla viivalla ja palvelut olisivat tasapuolisesti kaikkien saatavilla.

Segmentointia esiintyy vain työmuodoissa. Lapsityö pyrkii tavoittamaan lapset ja heidän perheensä, varhaisnuoriso-, nuoriso- ja rippikoulutyö nuoret ja heidän perheensä, diakoniatyö apua tarvitsevat, perheneuvonta parisuhteensa kanssa kamppailevat. Segmentoinnista huolimatta ihmiset ovat työmuotojen sisällä samanarvoisia.

Avainasiakassuhteet ovat yrityksen menestykselle keskeisiä asiakassuhteita (Tikkanen 2005, 36). Seurakunnassa avainasiakkaina voidaan pitää aktiivisesti toimintaan osallistuvia ihmisiä, vapaaehtoisia ja luottamushenkilöitä. Riskinä voimakkaiden herätysliikkeiden toiminta-alueella on, että tietynlaiset hengelliset ja opilliset korostukset sekä esimerkiksi vanhoilliset tai vastaavasti liberaalit käsitykset saavat osallistujien kautta vallan seurakunnan palveluissa. Näin ne voivat leimata koko seurakunnan imagon. Siksi olisikin tärkeää, että asiakkuuden johtamisessa tunnistettaisiin nämä seikat ja pyritäisiin löytämään tasapuolisuutta ja avointa vuorovaikutusta eri näkökulmien välillä. Onnistunut vuorovaikutus johtaa luottamuksen ja sitoutumisen rakentumiseen. (Tikkanen 2005, 47)

Suurena haasteena seurakunnilla tänä päivänä on organisaation ja yksilön välinen suhde. Seurakunnat ja kirkko eivät ole onnistuneet ylläpitämään kodinomaista ja turvallisuutta viestivää brändiään. Tämä näkyy sitoutumisen löystymisenä ja jäsenmäärän laskuna. Haaste ei ole yksittäisten seurakuntien vaan koko kirkon. Kalajoen rovastikunnan seurakunnissa sitoutumisen löystyminen on jo havaittavissa, mutta varsinainen ongelma se ei vielä ole. Jos kaikilla seurakuntien palveluilla on ”ystävälliset kasvot”, muodostuu siitä ajan myötä seurakuntien mielikuvien kokonaisuus, brändi. Siksi markkinointiviestintä on ennen muuta

asennekoulutusta ystävälliseen ja ihmisläheiseen kohtaamiseen ja palveluun. Se miten viestimme on ainakin yhtä tärkeää kuin se, mitä viestimme.

Seurakunnan markkinointi tapahtuu sen palveluissa eli toiminnassa. Siksi vuorovaikutussuhteen luonnetta on erityisesti arvioitava tarkastelemalla suhteen kyvykkyyttä, vastavuoroisuutta, erityisyyttä ja johdonmukaisuutta. Kyvykkyydellä voidaan antaa lisäarvoa suhteen toiselle osapuolelle. Seurakuntatyössä se voi olla lisäpalvelujen tarjoamista. Vastavuoroisuudella tingitään omista tavoitteista toisen osapuolen tavoitteiden hyväksi. Tätä voidaan toteuttaa kohtaamisen kiireettömyydellä ja läsnäololla. Jos toiselle osapuolelle jää tunne kohtaamisen ainutlaatuisuudesta ja aidosta välittämisen tunteesta, on vastavuoroisuus onnistunut. Erityisyys liittyy samaan asiaan. Toiselle osapuolelle voi parhaimmillaan jäädä tunne, että hän oli kuin ”ainoa maailmassa”. Johdonmukaisuus tarkoittaa sitä, että käyttäytymisen taso säilyy, että toinen osapuoli voi luottaa saavansa saman palvelun toisellakin kerralla ja myös toisen työntekijän kanssa. (Tikkanen 2005, 49-51)

Seurakuntatyössä erityisen kriittisiä pisteitä ovat kirkolliset toimitukset: kaste, vihkiminen ja hautaan siunaaminen. Näissä erityistä herkkyyttä vaativissa tilanteissa ratkaistaan seurakunnan uskottavuus ja samalla koko sen toiminnan tulevaisuus. Näihin markkinointiviestinnän ”elän-kuolen” –tilanteisiin voidaan valmistautua jatkuvalla koulutuksella ihmissuhdetaidoissa. Erityisesti papisto ja kirkkomuusikot ovat kriittisyyttä arvioitaessa avainasemassa, mutta sama koskee myös koko henkilöstöä. Työn määrän sijasta tulisi keskittyä laatuun olemassa olevilla resursseilla. Työn määrän pitäisi mahdollistaa kiireetön ja läsnä oleva kohtaaminen.

Arkipiispa Paarma kiteytti osuvasti kirkollisen markkinointiviestinnän olemuksen kirkolliskokouksen avajaispuheessaan Turussa toukokuussa 2006: ”Avoin ja rehti keskustelu on kansankirkon vahvuus. Se toteutuu, kun keskustelua ohjaavat intohimoinen halu totuuteen ja sinnikäs rakkauden vaatimus toisen kunnioittamiseen ja lähimmäisen suojelemiseen”.

## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämä opinnäytetyön tekeminen on ollut huikea matka oman tietämyksen hallintaan ja ymmärryksen lisäämiseen. Olen palannut nauhoitetun haastattelumateriaalin kautta noihin noin tunnin kestäviin hetkiin ja etsinyt niitä ”keltaisia nuolia”, jotka näyttäisivät yhteistä suuntaa eteenpäin.

Tämän tutkimuksen pääongelmana oli selvittää, miten Kalajoen rovastikunnan seurakunnat voisivat kehittää yhteistä viestintää tulevaisuudessa. Integroituneelle ja moninaistuneelle viestinnälle on tärkeä luoda keskus, josta kaikki tieto ja linkit muihin välineisiin löytyvät ensimmäisenä ja jotka mahdollistavat vuorovaikutuksen. Omat verkkosivut ovat luonteva viestinnän keskus myös Kalajoen rovastikunnalle. Siksi niiden suunnitteluun, toteutukseen ja ylläpitoon on erityisesti panostettava. Kalajoen rovastikunta on malliesimerkki tasavertaisten seurakuntien yhteisöstä, jossa on jo pitkään uskallettu katsoa yhdessä samaan suuntaan. Yhteiset sairaalasielunhoidon, perheneuvonnan ja erityisnuorisotyön virat viestivät jo vuosia jatkuneesta rohkeudesta ja yhteistyön voimasta. Juuri nyt olisi aika suunnata rajalliset voimat yhteisen viestinnän keskuksen rakentamiseen.

Perinteinen tiedottaminen on tärkeää jo mukana oleville jäsenille, mutta viestinnän merkitys korostuu ei-mukana olevien jäsenten tavoittamisessa. Sosiaalisen median kautta voidaan luoda paitsi vuorovaikutusta myös osallisuutta ja yhteisöllisyyttä. ”Tässä hetkessä” – Facebook-sivulla voitaisiin luoda uutta viestinnällistä mahdollisuutta, jolla oltaisiin välittämässä uskottavan läsnäolon viestiä alueen ihmisille. Jos kirkko ei ota paikkaansa verkossa, ei se ole enää olemassa tämän ajan ihmisten elämässä. ”Tässä hetkessä” olisi askel ja väline myös aktiiviseen avoimuuteen.

Edellisissä kappaleissa mainittujen konkreettisten kehittämisohdotusten toteutus voidaan hoitaa yhteistyöllä riippumatta siitä, toteutuuko seurakuntayhtymä –rakenneuudistus vai ei. Jos yhtymiin mennään, olisi mielestäni kolmen työntekijän henkilöstöresurssi mahdollistamassa riittävän yhteisen viestinnän suunnittelun, toteutuksen ja koulutuksen sillä edellytyksellä, että perusviestintä hoidetaan edelleen seurakunnissa. Tehtävänjako voitaisiin toteuttaa hyvin pitkälle Ylä-Savon seurakuntayhtymän mallin mukaisesti.

Tekniset taidot sähköisen median ja sosiaalisen median käyttämisessä ovat tämän päivän ydinosaamista, jota voidaan kehittää ja sitä kautta parantaa ydinprosesseja. Tämän ydinosaamisen hallinta ja siihen asennoituminen tulisi huomioida myös rekrytoinnissa.

Seurakunnan toiminta tapahtuu suuren ilon ja surun harjanteilla. Juuri näihin tilanteisiin on oltava aikaa ja voimavaroja. Menetettyjä pelejä ei saa takaisin. Ne näkyvät kauas ja kuuluvat kauimmin. Onnistuneet kohtaamiset ja hyvin hoidetut tilanteet näkyvät sivulauseissa ja jäsenyyteen sitoutumisessa.

”Asenne ajatella ja toimia on tietämyksen perusta. Asenne vaikuttaa tahdon toimia. Tietämys tulisi läpäistä kaikille tasoille, jolloin kaikki voivat vaikuttaa. Tietämys on kokemuksia, konsepteja, uskomuksia ja tietoa, jonka voi viestittää ja jakaa.” (Okuogume. 2014)

Tietämyksen kehittämisen onnistumisen edellytyksenä on, että kaikki olemassa oleva tietämys jaetaan avoimesti organisaation sisällä. Tiedon kulun lisäksi olennaisia asioita ovat asenne ja yhteinen tahtotila.

Kirkkoherrat vastaavat seurakuntansa viestinnästä. Siksi heillä on myös ratkaiseva rooli seurakunnan viestinnän kehittämisessä ja siihen kuuluvan osaamisen johtamisessa. He ovat myös avainasemassa viestinnän huomioimisessa niin strategisessa kuin siitä nousevassa toiminnallisessa suunnittelussa. Innovatiivinen johtaja pystyy myymään unelmansa koko yritykselle (Okuogume. 2014). Tietämyksen hallinta on johdon voimavara. Seurakunnassa suurinta tietämystä on asenteen ja tahtotilan luominen. Hengellistä sanomaakin tärkeämpää on, miten se jaetaan. Jos seurakunnan työntekijä kohtaa toisen ihmisen ”kuin ainoan maailmassa”, on se parasta mahdollista osaamisen ja tietämyksen kehittämistä. Läsä oleminen on seurakunnan suurin innovaatio ja se syntyy vain koko ihmisen kohtaamisesta ja välittämisestä - vuorovaikutuksesta.

Vastaukseni opinnäytetyöni otsikossa esittämäni kysymykseen ”Voisimmeko olla yhdessä enemmän” on: kyllä. Yhdessä voimme olla enemmän. Siitä Kalajoen rovastikunnan seurakunnilla on jo pitkä yhteinen kokemus. Yhteisellä viestinnän kehittämisellä voisimme olla kuitenkin VIELÄ enemmän. Ylä-Savon seurakuntayhtymä näyttää siinä hyvää mallia.

Tutkimuksen luotettavuuden takia olen lähettänyt sen luettavaksi kaikille haastatelluille. Heillä on ollut mahdollisuus korjata virheitä ja muokata vielä haastatteluissa esiin tulleita asioita. Luontevana jatkotutkimusmahdollisuutena olisi tutkia, miten kehittäminen tämän

jälkeen etenee. Uskon tällä tutkimuksella olevan merkitystä myös muille rovastikunnille yhteisen viestinnän kehittämisessä.

Kirkolla ja seurakunnilla on hyvä viesti. Se on kulkenut ihmiseltä ihmiselle jo 2000 vuoden ajan. Jeesuksen elämä ja kertomukset ovat tuttuja ympäri maailman. Hyvä tarina muistetaan. Jokainen muistaa matkansa varrelta jonkin unohtumattoman tarinan. Ne ovat viestintää parhaimmillaan. Annetaan lopuksi Sokrateen opettaa meitä hyvän tarinan kriteereistä. Sokrateen luokse tuli kerran mies, joka sanoi: ”Kuulehan, haluan kertoa sinulle jotain tärkeää ystävästäsi.”

Odota, Sokrates keskeytti hänet. Oletko suodattanut sen, mitä aiot kertoa, kolmen suodattimen lävitse?

”Minkä kolmen suodattimen?”

”Kuuntele, niin selitän! Ensimmäinen suodatin on totuus. Oletko varma, että se, mitä aiot kertoa, on totta?”

”En ole. Kuulin sen itsekin toisilta.”

”Sitten olet varmasti suodattanut tietosi toisen suodattimen läpi? Hyvyyden suodattimen?”

Mies punastui ja vastasi: ”Myönnän, etten ole tehnyt sitäkään.”

”Entä oletko muistanut kolmannen suodattimen ja kysynyt itseltäsi, onko kertomastasi mitään hyötyä?”

”Hyötyäkö? Ei oikeastaan.”

”Siinä näet”, sanoi Sokrates. ”Jos se, mitä haluat kertoa, ei ole totta, hyvää eikä edes hyödyllistä, pidä se mieluummin omana tietonasi.”

## LÄHTEET

Aalto, T. 2012. Kuinka olla avoin - työelämän uudet viestintätaidot. Finn Lectura.

Herkman, J & Vainikka, E. 2012. Lukemisen tavat – lukeminen sosiaalisen median aikakaudella. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy.

Hintsala, M-A, Kähkönen, E & Pauha, T. 2011. Verkkoa kokemassa – Hengellisyys ja vuorovaikutus verkkoyhteisöissä. Helsinki. Diakonia-ammattikorkeakoulu.

Katrina. 2014. Katrina -toiminnanohjausjärjestelmän verkkosivut. <http://www.katrina.fi/>. Luettu 13.4.2014.

Kirkkohallitus. 2012. Seurakuntarakenteiden kehittämisen päälinjat – Kirkkohallituksen esitys 11/2012 kirkolliskokoukselle

Kohtaamisen kirkko. 2013. Kohtaamisen kirkko - Suomen evankelis-luterilaisen kirkon suunta vuoteen 2020. Strategiatyöryhmän luonnos marraskuussa 2013.

Lehtonen, H. 2013a. Viestinnän palveluopas. Ylä-Savon seurakuntayhtymä.

Lehtonen, H. 2013b. Verkkoviestintäsuunnitelma. Ylä-Savon seurakuntayhtymä.

Lehtonen, H. 2012. Viestintäsuunnitelma 2012-2016. Ylä-Savon seurakuntayhtymä.

Luostarinen, M. 2009. Uusi mediayhteiskunta – blogit ja sosiaalinen media innovaatioyhteiskunnan muutoksessa. Helsinki: Books on Demand GmbH.

Malmelin, K. 2013. Seurakuntien viestintäkirja. Helsinki: Kirjapaja.

Meidän kirkko. 2007. Meidän kirkko – osallisuuden yhteisö. Suomen evankelis-luterilaisen kirkon strategiaa vuoteen 2015 laatineen työryhmän mietintö. Suomen evankelis-luterilaisen kirkon keskushallinto. Sarja C 2007:10

Okuogume, A. 2014. Luennot Kajaanin ammattikorkeakoulu (Kajak) 13.-14.3.2014

Pyhä Raamattu. 1992. Mikkeli. Suomen Pipliaseura.

Sakasti. 2014a. Kirkon viestintäohjelma:

<http://sakasti.evl.fi/sakasti.nsf/sp?open&cid=Content3B7333>. Luettu 14.4.2014.

Sakasti. 2014b. Viestintä, kriisiviestintä:

<http://sakasti.evl.fi/sakasti.nsf/sp3?open&cid=Content328EB7>. Luettu 15.4.2014.

Sakasti. 2014c. Uudistukset ja hankkeet, seurakuntien verkkohanke:

<http://sakasti.evl.fi/sakasti.nsf/sp?Open&cid=Content317A3E>. Luettu 15.4.2014.

Sakasti. 2014d. Viestinnän koulutuspankki:

<https://etakpa.evl.fi/sakasti.nsf/,DanaInfo=sakasti.evl.fi+sp2?open&cid=Content324434>.  
Luettu 16.4.2014.

Solita Oy. 2012. Konseptisuunnitelma. Seurakunnat –verkkopalveluhanke.

Tabermann, T. 2012. Niitylle sinut veisin. Helsinki: Gummerus Kirjapaino Oy.

Tikkanen, H. 2005. Markkinoinnin johtamisen perusteet. Helsinki: Talentum.

Wiiio, O. 1994. Johdatus viestintään. Porvoo: WSOY:n graafiset laitokset.

### **Kalajoen rovastikunnan seurakuntien haastattelut:**

Ryhmähaastattelu Alavieskan seurakunta. 2013. Kirkkoherra Eija Nivala ja taloudenhoitaja Riitta Tuomaala. 12.11.2013.

Ryhmähaastattelu Haapajärven seurakunta. 2013. Kirkkoherra Kari Tirola, talouspäällikkö Pekka Laajalahti ja toimistosihteeri Maija Järvenpää. 14.10.2013.

Ryhmähaastattelu Haapaveden seurakunta. 2013. Kirkkoherra Mauno Soronen, talouspäällikkö Sirpa Salo, lähetys- ja tiedotussihteeri Maarit Salmikangas ja kanslisti Taina Hinttala. 11.10.2013.

Ryhmähaastattelu Kalajoen seurakunta. 2013. Kirkkoherra Rauli Junttila, talouspäällikkö Liisa Ukonaho, toimistosihteeri Tuija Ruutiainen ja toimistonhoitaja Tuija Peltola sekä haastattelija, tiedottaja Jussi Leppälä. 29.10.2013.



Ryhmähaastattelu Kärsämäen seurakunta. 2013. Kirkkoherra Heikki Valkama ja talouspäällikkö Mirja Koivusalo. 8.11.2013.

Ryhmähaastattelu Nivalan seurakunta. 2013. Kirkkoherra Martti Viljanen, talouspäällikkö Annikki Klemola, tiedotussihteeri Laila Korkiakoski ja kanslisti Päivi Nukarinen. 11.10.2013. Korjaukset ja muutokset nykyinen kirkkoherra Sanna Jukkola. 29.4.2014.

Ryhmähaastattelu Oulaisten seurakunta. 2013. Kirkkoherra Matti Hirvilampi, talouspäällikkö Mervi Heikkilä-Matinlauri ja toimistosihteeri Kirsti Kähkönen. 24.9.2013.

Ryhmähaastattelu Pyhäjoen seurakunta. 2013. Kirkkoherra Jukka Malinen ja seurakuntas sihteeri Riika Nevanperä. 30.10.2013.

Ryhmähaastattelu Reisjärven seurakunta. 2013. Kirkkoherra Jaakko Rantamäki, toimistonhoitaja Tanja Kemell ja talouspäällikkö Leena Honkaperä. 12.9.2013.

Ryhmähaastattelu Sievin seurakunta. 2013. Kirkkoherra Anita Leppälä, toimistosihteeri Laila Marjomaa ja talousjohtaja Pentti Haikola. 13.12.2013.

Ryhmähaastattelu Ylivieskan seurakunta. 2013. Kirkkoherra Timo Määttä, toimistonhoitaja Anne Huttunen, talousjohtaja Pentti Haikola ja haastattelija, tiedottaja Jussi Leppälä. 17.12.2013

## **LIITTEET**

LIITE 1. Uutinen Kalajoen rovastikunnan rovastikuntakokouksesta 1.12.2011.

LIITE 2. Uutinen Kalajoen rovastikunnan rovastikuntakokouksesta 24.5.2012.

LIITE 3. Kalajoen rovastikunnan viestintäkoulutus 2007-2010

LIITE 4. Kalajoen rovastikunnan seurakuntien haastattelulomake.

LIITE 5: Kalajoen rovastikunnan verkkosivujen suunnittelukokouksen muistio 7.4.2014

## **LIITE 1: Uutinen Kalajoen rovastikunnan rovastikuntakokouksesta 1.12.2011**

### **Kalajoen rovastikunnan seurakuntien yhteistyön selvitys jatkuu**

Kalajoen rovastikunnan seurakuntien edustajat kokoontuivat torstai-iltana ylimääräiseen rovastikuntakokouksen Reisjärvelle käsittelemään seurakuntien yhteistyön tulevaisuutta. Seurakunnat ovat syksyn aikana käsitelleet keskuudessaan rovastikunnan tulevaisuustyöryhmän tekemiä kysymyksiä. Keskeisin kysymys oli seurakuntien kanta seurakuntarakenne –kysymyksiin: nykyisellä mallilla jatkamiseen vai seurakuntayhtymä- tai yksi seurakunta –vaihtoehtoihin. Torstai-iltana oli yhteenvedon aika.

#### **Nykyrakenteella ja seurakuntayhtymällä kannatusta**

Era Kurronen EraProsta esitteli tekemänsä kehittämiskyselyn tuloksia. Kyselyyn vastanneita oli yhteensä 332, noin puolet työntekijöitä ja puolet luottamusmiehiä. Yli 70 % oli yhteistyöhön tyytyväisiä.

Rakennemuutoksia piti välttämättöminä 20 % ja mahdollisina 67 %. Tarpeettomina piti 8 % ja 5 % ei osannut sanoa kantaansa.

Yhden seurakunnan mallia kannatti 8,3 %, yhtä seurakuntayhtymää 27,2 %, 2-3 seurakuntayhtymää 42,8 % ja nykyistä seurakuntarakennetta 62,4 %.

Nykyistä seurakuntarakennetta enemmistönä kannatti kaikista seurakunnista 7, Alavieska ainoana sataprosenttisesti. 2-3 seurakuntayhtymän mallia vastanneista kannatti enemmistönä 4 seurakuntaa, Nivala, Haapajärvi, Sievi ja Ylivieska.

Tärkeimmät odotukset tulevilta rakennemuutoksilta olivat palveluiden säilyminen ja taloudellinen vakaus. Peloista suurimpia olivat päätöksenteon etääntyminen toiminnasta, palveluiden ja toimintojen siirtyminen kauemmaksi ja hallinnon lisääntyminen.

Seurakuntayhtymän keskeisimpinä etuina pidettiin vakaampaa taloutta, toimintojen ja palveluiden varmempaa säilymistä ja sunnuntain jumalanpalveluksen säilymistä omassa kirkossa. Peloista suurimmat liittyvät hallinnon paisumiseen ja siirtymiseen muualle.

Suurin osa on luottavaista muutosten onnistumiseen. Lähes 70 % tunsu saaneensa tarpeeksi tietoa seurakuntarakenteen pohdinnoista. Sähköposti koettiin tärkeimpänä tiedonvälitysmuotona.

#### **Seurakuntayhtymän vaikutus talouteen**

Asko Vanhatupa JHTT Oy Auditor Ab:stä esitteli tekemäänsä seurakuntien talouden analyysiä vuoden 2010 perusteella. Analyysi oli koottu kaikkien rovastikunnan 11 seurakunnan tilinpäätöksistä.

Toimintatuotot olivat 3.043.241 euroa, joista metsätalouden tulot vähän yli 600.000. Toimintakulut olivat 16.015.344 euroa, joista henkilöstökulujen osuus on 62 %. Toimintakatteeksi jäi 12.972.029 euroa.

Verotulot ovat yhteensä 14.713.213 euroa. Korkokulut ja –tuotot menevät tasan. Vuosikate oli lähes miljoonan. Kaikesta huolimatta alijäämäksi jäi 170.322 euroa.

Taseen puolella oli 34 miljoonan omaisuusmassa, joista rakennusten osuus oli 23 miljoonaa. Peruspääomaa oli 23 miljoonaa. Edellisten vuosien ylijäämää oli vielä 6 miljoonaa ja rahaa 4 miljoonaa, vastaavaa oli yhteensä lähes 41 miljoonaa euroa. Velkaa oli yhteensä 6,8 miljoonaa. Omavaraisuusaste 79043 jäsenen rovastikunnassa oli 75,66 % ja lainoja jäsentä kohti 92,40 euroa..

Veroprosentin keskiarvo oli 1,72. Vaihteluväli todellisuudessa on 1,60 ja 1,80 välillä. 1,75 veroprosenttia toisi 300.000 lisätulot. 1,8 % toisi jo lähes 700.000 euron lisätulot.

Vapaaehtoiseen seurakuntayhtymään on mahdollisuus anoa 120.000 harkinnanvaraista avustusta Kirkkohallitukselta. Vanhatupa korosti etukäteisvalmistelujen merkitystä mahdollista yhtymää perustettaessa. Mm. rakennusten kunnon kartoitus on tärkeä tehdä ennen sopimuksia. Työntekijöille seurakuntayhtymä -sopimus antaisi 5 vuoden turvan työsuhteen säilymiselle.

**Haapakoski ja Similä selvitysmieheksi**

Haapaveden kirkkoherra Mauno Soronen esitteli tulevaisuustyöryhmän yhteenvedon seurakuntien kirkkovaltuustojen vastauksista. Kaikki seurakunnat ovat halukkaita yhteisen tulevaisuuden rakentamiseen. Nykyistä seurakuntarakennetta –mallia piti parhaimpana 5 seurakuntaa, Haapavesi, Kalajoki, Oulainen, Reisjärvi, Alavieska ja seurakuntayhtymä -mallia 5, Haapajärvi, Kärsämäki, Nivala, Pyhäjoki ja Sievi. Ylivieska ei ole yksiselitteisesti minkään mallin kannalla, mutta on valmis neuvottelemaan kaikista vaihtoehdoista. Tulevaisuustyöryhmä esitti rovastikuntakokoukselle, että yhteistyön kehittämistä jatketaan konsultin johdolla ottaen huomioon seurakuntien tulevaisuustyöryhmälle antamat vastaukset, tilintarkastaja Asko Vanhatuvan taloudelliset selvitykset sekä Era Kurrosen tekemän kyselyn tulokset. Selvitystyön tulee tapahtua 30.6.2012 mennessä, jonka jälkeen seurakunnat ottavat kantaa selvitysmiehen tekemään esitykseen marraskuussa 2012. Rovastikuntakokous hyväksyi esityksen ja valitsi selvitysmieheksi Paavo Haapakosken ja Silvo Similän. Kaikki seurakunnat ilmoittivat halunsa olla jatkoselvityksessä mukana.

Jussi Leppälä

- *Lisätietoja lääninrovasti Rauli Junttila*

## **LIITE 2: Uutinen Kalajoen rovastikunnan rovastikuntakokouksesta 24.5.2012**

**Seurakunnat pohtivat tulevaisuuden rakennevaihtoehtoja**

### **Rovastikuntakokousväki valmis kirkon seurakuntarakennemuutoksen kokeilualueeksi**

Kalajoen rovastikunnan seurakunnan rakennetyöryhmän selvitysmiehet Paavo Haapakoski ja Silvo Similä esittelivät torstaina loppuraporttia Oulaisissa kokoontuneelle rovastikuntakokoukselle. Selvitysmiehet ovat kuluvin vuotena aikana tavanneet kaikkien 11 seurakunnan työntekijät ja luottamusmiehet sekä kuntien ja kaupunkien edustajat.

Raportin mukaan hallinnon täytyy perustua toiminnan tarpeisiin. Kaikilla seurakunnilla on raskas ja kallis kiinteistökuorma, jotka ovat tulevaisuudessa suuri huolenaihe. Yksi keskeinen kysymys onkin, millä osalla kiinteistöjä päästään irti nykytarvetta vastaavaan tilanteeseen.

Seurakuntien taloudellinen tilanne ei ole valtakunnallisesti vertailtuna heikko, mutta seurakuntien luottamusmiehillä on liian ruusuinen kuva tilanteesta, joka aiheuttaa väärää itsellisyttä. Jäsenmäärän väheneminen näkyy myös Kalajokilaakson alueella. Kirkon taloushallinnon uusi yksikkö Kipa vähentää tulevaisuudessa seurakuntien taloushallinnon henkilöresursseja.

Seurakuntien yhteistyö on ollut perinteisesti vahvaa. Yhteistyöhön vaikuttavat myös vanhat toimintakulttuurit ja jokivarret. Alue koostuu tasavahvoista keskuksista ilman yhtä selkeästi vahvempaa keskusta. Yhteistyötä halutaan, mutta varsinaisiin toimenpiteisiin ei olla valmiita lähtemään.

Kuntapuolella on menossa palvelujen keskittäminen, mutta tämä pelko ei koske seurakuntarakenteen keskittämistä. Seurakunnan toiminta ei tule muuttumaan, vaikka hallintoa keskitettäisiin. Toiminnallisen puolen henkilöstö jatkaisi töitä entisillä alueillaan.

### **Kahden tai kolmen seurakuntayhtymän mallit vahvimpia**

Konsultit pitivät parhaimpana vaihtoehtona kahden tai kolmen ison seurakunnan tai seurakuntayhtymän mallia. Rovastikunnan kokoinen seurakuntayhtymä on heidän mielestään parempi kuin yhden ison seurakunnan malli. Varsinaista konkreettista esitystä kahteen tai kolmeen seurakuntayhtymään kuuluvista seurakunnista konsultit eivät esittäneet.

Yhden ison seurakunnan malli muodostaisi yhden vaalipiirin ja tietäisi luottamushenkilöiden määrän vähenemistä pienemmäksi (39) kuin yhden seurakuntayhtymän mallissa (51). Yhtymässä seurakunnissa säilyisivät seurakuntaneuvostot ja seurakuntien toiminnallinen itsenäisyys säilyisi.

Kahden tai kolmen seurakuntayhtymän malli olisi hyvä välivaihe tulevaisuutta kohti mentäessä. Ydinkysymys on se, löytyykö seurakunnilta riittävästi vapaaehtoisia tahtoa yhtymän perustamiseen.

Joka tapauksessa tulevaisuudessa mennään kohti suurempia yksiköjä, jossa on useampia jumalanpalvelusyhteisöjä.

### **Kalajoen rovastikunta kokeilualueeksi**

Kalajoen rovastikunta voisi olla konsulttien mielestä sopiva kokeilualue kirkon uudelle seurakuntamallille. Se antaisi mahdollisuuden arvioida mm. seurakuntalaisten vaikutusmahdollisuuksia, alueellisten jumalanpalvelusyhteisöjen rakentumista, tukipalvelujen järjestämistä ja johtamisjärjestelmää. Kokeilu auttaisi myös selvittämään rovastikuntamallin taloudellisia vaikutuksia.

Kokeilualueeksi suostuminen edellyttää Kalajoen rovastikunnan seurakunnilta laajaa yksimielisyyttä. Suostuminen kokeilualueeksi työllistää seurakuntia, mutta antaa myös mahdollisuuden vaikuttaa kirkon tuleviin ratkaisuihin.

Syksyisessä kyselyssä 9 % ei halunnut tehdä mitään seurakuntien rakenteiden muuttamiseksi. 7 % kannatti hiippakuntamallia. 44 % kannatti yhteistyön kehittämistä seurakuntayhtymäksi ja 38 % kannatti rovastikuntamallia. Tämän pohjalta seurakuntayhtymä- ja rovastikuntamallit nousevat vahvimmin rovastikunnallisen tulevaisuustyön perustaksi.

Koko kirkon osalta Kirkolliskokous tekee seurakuntarakenneasiasta linjanvedon jo ensi marraskuussa. Tavoitteena on, että kirkon uusi seurakuntarakenne on käytössä jo 2015. Tässä tilanteessa tarvittaisiin seurakuntarakenteen kokeilualuetta, joksi konsultit Kalajoen rovastikuntaa esittivät.

Kokeilussa luovuttamattomia asioita olisivat pienten toimintayksiköiden, jumalanpalvelusyhteisöjen, säilyminen, vaikka hallinto ja tukipalvelut olisivat kauempana. Lääninrovasti Kari Tirola kehotti pohtimaan ja keskustelemaan, mikä seurakunnassa on luovuttamatonta ja olennaista.

Tulevaisuustyöryhmä esitti kokoukselle, että rovastikunnan seurakunnat lähtisivät mukaan konsulttien esittämäksi kirkon seurakuntarakenneuudistuksen kokeilualueeksi. Vaikka torstai-iltana kokoontunut rovastikuntakokousväki tuntui lähes yksimielisen valmiilta hankkeeseen, tekevät seurakunnat asiasta itsenäisesti omat päätöksensä.

Martti Murto-perä toi rovastikuntakokoukselle terveisiä toukokuun kirkolliskokouksesta.

*Jussi Leppälä*

## LIITE 3: Rovastikunnallinen viestintäkoulutus 2007 – 2010

**Kohderyhmä:** Kaikki rovastikunnan seurakuntien työntekijät

### Tavoitteet

#### 1 Työntekijöiden omien viestintävalmiuksien kehittäminen

- Suunnitelmallisempi toiminta ja selkeämpi viestintä
- Resurssien järkevä hyödyntäminen
- Toiminnan tekeminen näkyväksi
- Yhteyksien luominen

#### 2 Seurakuntien viestintävalmiuksien kehittäminen

- Viestinnän näkökulman löytäminen
- Rovastikunnallinen yhteistyö
- Yhteiset pelisäännöt

**Tarvekartoitus:** alustava tehty syksyllä 2006, kartoitusta jatketaan koulutuksen aikana.

**Koulutukset** keskiviikkoisin klo 11 – 15.30, sisältäen lounaan ja kahvin, vuorotellen rovastikunnan seurakunnissa. Koulutus alkaa klo 11.30.

### Alustava sisältö

2007:

- Starttipäivä, tavoitteet, viestinnän perustaidot, sanaton viestintä - ke 21.2.2007 Nivala.. Kouluttajina viestintäsuunnittelija Tiinakaisa Honkasalo Kirkon Tiedotuskeskuksesta ja teatteriohjaaja Heikki Knuutila.
- Äänen käyttö, esiintymistaito - ke 18.4.2007 Ylivieska. Kouluttajina kanttori Martti Murtoperä ja teatteriohjaaja Heikki Knuutila.
- Asiakkaan kohtaaminen erilaisissa tilanteissa – ke 3.10.2007 Kalajoki. Kouluttajana rovasti Pentti Huhtinen.

2008:

- Kriisiviestintä – ke 13.2.2008 Oulainen. Kouluttajana viestintäkonsultti Unna Lehtipuu.
- Työpaikkakiusaaminen – ke 16.4.2008 Haapavesi. Kouluttajana teol.lis. Per Lindblad.
- Viestinnän suunnittelupäivä - ke 8.10.2008 Sievi. Viestinnän välineet, suunnittelu, asenteet, suunnitelmallisuus, yhteiset pelisäännöt. Kouluttajana koulutuspäällikkö Sari Virta Kirkkopalvelusta.
- Työssä jaksaminen/Henkisen hyvinvoinnin päivä - ke 19.11. Alavieska. Kouluttajana psykologi Heli Hannonen.

2009:

- Tyky-päivä 6.5.2009 Kalajoki. Fysioterapeutti Pia Siipolan luento liikunnasta oman hyvinvoinnin tukena.

2010:

- Tyky-päivä 8.9.2010 Kalajoki. Sairaalapastori Sirkku Ehon luento ”Työn ja perheen yhteensovittaminen.”
- Mediapäivä – ke 27.11.2010 Nivala. Kouluttajana Iisalmen rovastikunnan viestintähankkeen vetäjä Helena Kantanen. Aluelehtien päätoimittajat.

**Suunnitteluryhmä:** Tiina-Kaisa Honkasalo Kirkon Tiedotuskeskuksesta, Rauli Junttila, Jussi Leppälä, Markus Päivärinta, Laila Korkiakoski, Maarit Salmikangas, Maija Järvenpää, Jaakko Arppe, Heli Heikkilä, Kaarina Torvi. Suunnitteluryhmä suunnittelee, markkinoi ja toteuttaa koulutuksen.

**Kustannukset:** Jokainen seurakunta varaisi projektiin 1000/500 € / vuosi.

***Seurakunnallinen viestintä ei ole kulu, vaan investointipäätös!***

## LIITE 4: Haastattelun Kyselylomake

Miten seurakunnat tiedottavat tällä hetkellä ja millaisia henkilöresursseja ja välineitä on käytössä?

- Kuka on tiedotuksen vastuuhenkilö seurakunnassanne?
- Onko seurakunnassanne käytössä Katrina –resurssinvarausohjelma?  
Katrinan pääkäyttäjät:
- Mitä ohjelmia, sovelluksia ja välineitä seurakuntanne tiedotuksessa on käytössä?
- Sisäinen tiedotus: kuka tekee ei resursseja  
Ilmoitustaulu  
Lokeroposti  
Katrina  
Intranet  
Muu, mikä?
- Ulkoinen tiedotus:  
Millaista yhteistyötä seurakunnalla ja paikallislehdellä on?
- Uutisointi kuka tekee ei resursseja  
kirkkoneuvoston kokoukset  
kirkkovaltuuston kokoukset
- Tiedotteet kuka tekee ei resursseja  
Seurakuntailmoitukset  
Toimintatiedotteet  
Juttuvinkit
- Budjetti
- Tiedotustyöryhmä/tiimi/toimikunta
- Sähköinen tiedotus kuka tekee ei resursseja  
Kotisivun päivitys  
Sosiaalinen media  
\* oma facebook –sivu/ryhmä
- Graafinen ilme
- Budjetti
- Mitä muuta haluaisit sanoa seurakuntasi tiedotuksesta?

### Tiedotuksen kehittäminen

- Miten seurakunnat voisivat hoitaa tiedotuksen tulevaisuudessa yhteisvoimin?
- Mitä henkilöresursseja ja välineitä yhteisen tiedotuksen kehittämissuunnitelman toteuttamiseksi tarvitaan?
- Konsultoinnin ja tuen tarve
- Koulutustarve  
Millaista tiedotuskoulutusta tarvitsisitte?
- Resurssit  
Voisiko joku/jotkut seurakuntanne työntekijöistä kouluttautua seurakuntanne oto-tiedottajaksi?  
Tarvitseeko seurakuntanne kotisivusto uudistamista?  
Aiotteko liittyä kirkon yhteiseen verkkohankkeeseen (tietoa liitteenä)?  
Millaisia tiedotukseen liittyviä kehittämissuunnitelmia seurakuntanne esittää?  
Haluatteko olla mukana mahdollisen yhteisen seurakuntasivun/seurakuntalehden toteutuksessa?  
Haluatteko olla mukana Kalajoen rovastikunnan seurakuntien tiedotuksen kehittämisessä?
- Sisältö
- Vastuu/organisaatiomalli

## LIITE 5: Kalajoen rovastikunnan verkkosivujen suunnittelupalaveri

Aika ja paikka: ma 7.4. klo 9 -10 toimitalo Pietarin kokoushuone Laguksessa, Ylivieskassa, Terveystie 11.

Paikalla: lääninrovasti Kari Tirola, perheneuvottelukeskukseen johtaja Aila Harvala, perheneuvoja Seppo Viljamaa, erityisnuorisotyönohjaaja Marja Rajaniemi, kirkkoherra Timo Määttä ja tiedottaja Jussi Leppälä

Asiat:

1. SWOT-analyysi (dia2)
2. Kirkon verkkohankkeen työkalun, Lukkarin, hyödyntäminen
  - Kirkon verkkohankekoordinaattorin, Marjukka Laihon mukaan olisi mahdollisuus päästä syksystä mukaan tekemään rovastikunta –sivua (mahdollinen pilotointi). Info- ja työpajapäivä 14.5. Jyväskylässä. Pyydetään hankekoordinaattoria lähettämään kutsu ja ohjelma kaikille kirkkoherroille, tiedottajille ja yhteisille työntekijöille.
  - Ylä-Savon seurakuntayhtymä on pilotoinut ehkä lähinnä meidän ympäristöön sopivaa verkkohankkeen Taajama-mallia (dia3).
  - Muita mahdollisuuksia esim. Kotisivukone.fi
3. Sisällön suunnittelu:

Etusivu:

- Yhteiset tapahtumat
- Seurakuntien linkitys
- Jumalanpalveluselämän kehittäminen
- Ajankohtaiset
- Kriisityö
- Fb-sivun, Twitterin tai muun blogisivuston linkitys
- ”Matkaevästä” -blogi, ”Tätä rukoilen” -blogi
- Päivystävä pappi
- Bannerit Erityisnuorisotyön, Perheneuvonnan, Palvelevan puhelimen, Sairaalasielunhoidon, Petroskoin ystävyysseurakunnan ja Lääninrovastin omille alasivuille sekä Koulutus-sivulle

Erityisnuorisotyö:

- infot Tekstari-Tupu, Saapas- auto (ehkä, jopa varauskalenteri, josta rovastikunta näkee missä auto menee), Netti-Saapas, Saappaan festariviestistä ja päivystyksistä, Tiedotus-osio yleisistä erkkä-asioista
- tietopankki-osio mihin voi linkittää hyvää tietoa erkkätyöhön liittyvästä materiaalista

Perheneuvonta

- Esittely ja yhteystiedot
- Tietopankki –osio, jossa parisuhdetietämystä ja koulutuslustoja
- Apua verkosta -osio, mihin voisi linkittää verkostoja perheneuvontaan liittyvistä palveluista

Palveleva puhelin

- Esittely
- Linkitys PalvelevaanNettiin ja muihin kirkon yhteisiin sielunhoito- ja keskustelupalveluihin.



- Kaksitasoinen intranet yhdyshenkilöille ja vapaaehtoisille päivystäjille, jossa mahdollisuudet vertaistukeen, koulutusmateriaaliin; toimisi näin myös sisäisenä oppimisympäristönä

#### Sairaalasielunhoito

- Esittely sairaalasielunhoidosta
- Kun läheinen sairastuu.
- Saattohoito koskettaa jokaista joskus
- Mielenterveys...

#### Petroskoin ystävyysseurakunta

- Esittely ja yhteystiedot
- Ajankohtaista tietoa
- Toiminnan historiaa