

Liite 1: Millenniaalit ja z-sukupolvi

Tammikuussa 2023 ilmestyi Kirkon tutkimuksen ja koulutuksen tuore julkaisu Millenniaalien kirkko – kulttuuriset muutokset ja kristillinen usko. Millenniaaleilla eli Y-sukupolvella tarkoitettiin alun perin 1980-luvulla syntyneitä. Pisimmillään siihen lasketaan mukaan vuosina 1979–1995 syntyneet. Tämän ryhmän lisäksi kirjassa käsitellään jonkin verran myös seuraavaa eli Z-sukupolvea, joka ulottuu noin vuoteen 2015 syntyneisiin asti. Sukupolvijattelu on toki yleistystä, mutta tiettyjä yhteisiä piirteitä ja avainkokemuksia eri sukupolvilta löytyy.

Kirkko ja kaupunki median, niin printin, verkkosivujen ja sosiaalisen median kuin Jouluradion kannalta nämä ovat kiinnostavia ryhmiä, joita pyrimme tavoittamaan. Tämä ei siis tarkoita, etteivät muut ikäryhmät olisi tärkeitä, vaan sitä, että jos saamme kontakteja jopa näihin ryhmiin, onnistumme muutenkin työssämme ja meille asetetuissa tehtävissä. Niihin kuuluu muun muassa tehtävä tavoittaa erityisesti heitä, joilla ei ole kiinteää suhdetta seurakuntaan sekä tehtävä vahvistaa pääkaupunkiseudun ihmisten halua kuulua evankelisluterilaiseen kirkkoon. Kun puhutaan millenniaaleista, tämä asettaa erityisiä haasteita, joihin mediamme sisällöllä pyritään vastaamaan. Siksi tässä suunnitelmassa kannattaa hieman kuvata joitakin millenniaalien ja z-sukupolven piirteitä.

Helsingin Sanomissa ilmestyi 25.1. 2023 toimittaja Laura Frimanin kolumni. Hän on millenniaalien sukupolvea ja teksti kuvaa varsin osuvasti monien millenniaalien asennetta uskontoon. Hän kertoo kolumnissaan taistelleensa sukupolvelleen tärkeän ”omannäköisen elämän” kanssa järjestäessään häitään. Häät pidetään maistraatissa, mutta hääjuhla alkaa avioliiton siunaamisella. ”Kuulumme puolisoni kanssa niihin harvinaisiin nuorehkoihin helsinkiläisiin, jotka yhä kuuluvat kirkkoon. Maksamme mukisematta kirkollisveroa ja arvostamme kirkkoa yhteiskunnallisena toimijana”, Friman kirjoittaa. Hänellä ei ole hajuaakaan, onko Jeesusta tai Jumalaa olemassa, mutta elämä on niin kuluttavaa, että hän ottaa ilolla vastaan minkä tahansa tahon siunauksen. Hänen omassa kuplassaan kaikki uskonnollisuuteen liippaava on harvinaista, eikä ainakaan omannäköistä. Silti kristillisen seremonian tuttuus, turvallisuus ja juhlallisuus viehättävät. Papilta saatetaan kysyä, voisiko tämä vihkiä parin, mutta olla puhumatta Jeesuksesta. Hän itse päätyi järjestämään häät, johon Jeesus tulee, vaikka hän on kantanut asiasta kuplassaan häpeää.

Edellä mainitussa kirjassa on artikkeli, jossa käsitellään uskonnottomiksi itsensä identifioivien helsinkiläisten millenniaalien uskontosuhdetta. Ihminen itse voi identifioitua ja määritellä itsensä uskonnottomaksi, vaikka hän kuuluisi yhä kirkkoon tai uskoisi Jumalaan. Toki suurin osa heistä ei usko, osa luonnehtii itseään agnostikoksi. Keskeinen omaa uskontosuhdetta kuvaava sana on kuitenkin nimenomaan uskonnottomuus, jota pidetään jotenkin neutraalina suhtautumisena asiaan. Se on ”vapautta olla oma itseni”.

Artikkelin mukaan Helsingissä on Suomen matalin kirkkoon kuulumisprosentti. Globaalit trendit sekä nuorisokulttuurin muutokset saapuvat Suomeen Helsingin kautta. Muu pääkaupunkiseutu on tästä vain askeleen päässä. Helsingin millenniaaleista kirkon jäseniä on alle 40 prosenttia. Uskonnottomiksi itsensä kokevista joka viides kuuluu yhä kirkkoon.

Artikkelin mukaan helsinkiläisten millenniaalien parissa uskonnoton on kaikkein suosituin identifikaatio (50 %). Sen jälkeen tulevat ”henkinen” (41 %), kristitty (40 %), agnostikko (38 %), ateisti (37 %) ja luterilainen (36 %). Vastaajat voivat valita useamman vaihtoehdon.

Uskonnottomuuteen liittyi sellaisia asioita kuin etäisyyden ottaminen luterilaisesta kirkosta, osalle myös etäisyyden ottaminen aktiiviseen uskonnonvastaisuuteen. Moni koki uskonnottomuuden edustavan neutraalia keskiväliä ja mahdollistavan jyrkkien kantojen välttämisen. Uskonnottomuuteen kytkettiin puolestaan jonkin ”alle menemisen” ja ”niputtamisen” ajatukset. Kiinnostavaa artikkelissa on myös se, että uskonnottomien parissa myöskään henkisyys ei herätä erityistä innostusta, sillä vain 26 prosenttia liitti sanan itseensä. Lisäksi henkisyyden määrittely tuotti monille vaikeuksia. Vaikka joidenkin tutkimusten mukaan henkisyys on 25–35-vuotiaiden parissa nosteessa, uskonnottomia se ei kovin paljon kiinnosta ja määrällisesti suurin muutos on uskonnottomuuden kasvu.

Kiinnostava on myös toinen artikkeli, jossa käsitellään uskonnottomuuden ja uskonnottomuuden muutosta ja siirtymistä sukupolvelta toiselle. Vahvinta jatkuvuus näyttää olevan uskonnottomissa perheissä. Uskonnottomiset perheet eivät yhtä vahvasti siirrä uskonnottomuutta seuraavalle sukupolvelle. Siirtymiseen vaikuttavat läheiset suhteet ja turvallisuus sekä lämmin ja avoin ilmapiiri, jossa on tilaa kysymyksille. Naisten parissa uskonnottomuus on sukupolvien välillä selvässä lineaarisessa laskussa, kun taas nuorten miesten sukupolvi on jonkin verran edellistä uskonnottomisempi ja henkisempi. Kirkko ja kaupungin haastattelussa vuonna 2020 tutkija Kimmo Ketola kertoi vuosina 1990–2004 syntyneistä eli Z-sukupolvesta: naisista 13 prosenttia ilmoitti uskovansa kristinuskon Jumalaan, kun miehillä osuus oli 16 prosenttia. Yleensä luvut ovat olleet toisin päin.

Miten edellä kerrottu liittyy Kirkko ja kaupunki -median tekemiseen? Ensinnäkin siten, että pyrimme tekemään juttuja ja muita sisältöjä, jotka tavoittavat myös tähän ryhmään kuuluvat. Siihen, miten aineistot vastaanotetaan, vaikuttaa median tekemisen tapa, joka sopimuksessamme olevissa tehtävissä ilmaistaan näin: tarjota aineksia uskonnottomuuteen, elämäntutkimukselliseen ja eettiseen pohdintaan. Rohkaisemme pohtimaan asioita, jotka ovat vaikeita tai etäisiä. Lähestymme matalalla kynnyksellä, mutta menemme usein syvälle. Esimerkkinä tästä ovat monet henkilöhaastattelumme.

Onnistummeko tässä? Aina asioita voi tehdä paremmin, mutta esimerkiksi printin vuoden 2022 lukemistutkimuksen mukaan millenniaaleissa on paljon Kirkko ja kaupungin lukijoita. Kun tutkimusaineisto rajataan ikäryhmään 30–34-vuotiaat, vastaajia on pääkaupunkiseudulla 382. Tästä joukosta 24 prosenttia ei kuulu mihinkään uskonnottomuuteen yhteisöön. Lähes kaikki muut kuuluvat pääkaupunkiseudun seurakuntiin. 67 prosenttia vastaajista vähintään selailee printtilehden ja 32 prosenttia lukee sen säännöllisesti.

Verkkosivujen käyttäjätutkimuksessa keväällä 2022 analysoitiin 86 000 verkkosivuilla kävijää. Tästä joukosta 27 prosenttia oli 16–34-vuotiaita. Sosiaalisessa mediassa Kirkko ja kaupunki tavoitti viime vuonna hyvin jopa kaikkein nuorimman ikäryhmän TikTokissa, jonka postauksilla oli kaksi miljoonaa näyttökertaa. Median seuraajista, 4 580 henkeä, ikäryhmään 18–24-vuotiaat, kuului 57 prosenttia. TikTok on esimerkki siitä, miten Kirkko ja kaupunki pyrkii aktiivisesti seuraamaan aikaansa ja ottamaan käyttöön uusia välineitä.

Tähän voi vielä lisätä mediaamme kuuluvan Jouluradion luvut. Kansallisen radiotutkimuksen mukaan Jouluradio oli vuonna 2022 valtakunnallisesti radiokanavien ykkönen 9–24-vuotiaiden keskuudessa ja pääkaupunkiseudulla ykkönen 25–54-vuotiaiden parissa. Joululaulut tuovat kristinuskon sanomaa joka joulu myös millenniaalien pariin siten, että he itse valitsevat kanavan ja haluavat sitä kuunnella.

Edellä mainittujen tutkimusten lisäksi kannattaa nostaa esille muutama havainto Espoon seurakuntayhtymän projektikoordinaattori Laura Leipakan vuonna 2021 tekemästä etnografisesta tutkimuksesta. Tutkimus käsitteli millenniaalien ja z-sukupolvisten elämää, hengellisyyttä ja suhdetta kirkkoon. Sen mukaan näille ryhmille elämässä tärkeää on yksilöllisyys, ihmissuhteissa turvallisuuden tunne ja jaetut arvot ja yhteisöllisyys on tarkkaan valittua. Hengellisyys on yksityisasia eikä se ole tarkasti määriteltyä, keskiössä siinä on nykyhetki, eikä se aina tarkoita uskoa yliluonnolliseen. Uskonto nähdään usein instituutiona, joka on täynnä sääntöjä ja ohjeita. Kirkon roolia yhteiskunnassa arvostetaan, mutta sen tarjoama hengellisyys ja kieli eivät puhuttele. Kirkko ei tarjoa kiinnostavaa yhteisöä ja kirkko on etäällä, koska sillä ei ole merkitystä tai halutaan välttää arvostiriitaa. Nämä havainnot haastavat kirkkoa tekemään työtä uudella tavalla. Leipakan mukaan, vaikka motivaationa on Jumala, työn on oltava ihmislähtöistä, evankeliumin sanoma pitää tuoda tähän päivään ja ymmärtää konteksti, jossa ihmisten kanssa toimitaan. Nämä sanat pätevät hyvin myös siihen, miten Kirkko ja kaupunki -mediaa tehdään.