

Kirkko ja kaupungin tulevaisuussuunnitelma vuosille 2023–2026

Kirkko ja kaupungin johtokunta 29.03.2023 § 38
716/00.01.01/2022

Esittelijä Seurakuntayhtymän johtaja Rintamäki Juha

Päätösehdotus

1. Kirkko ja kaupungin johtokunta hyväksyy Kirkko ja kaupungin tulevaisuussuunnitelman.
2. Kirkko ja kaupungin johtokunta lähettää tulevaisuussuunnitelman tiedoksi Espoon, Helsingin ja Vantaan seurakuntayhtymille sekä Kauniaisten suomalaiselle seurakunnalle.
3. Kirkko ja kaupungin johtokunta esittää, että Kirkko ja kaupungin tekemistä jatketaan vuodet 2024–2025 nykyisellä ilmestymistiheydellä eli lehteä tehdään 17–20 numeroa vuodessa. Seurakunnat voivat yhteisen mediatoimituksen sopimuksen mukaisesti omilla alueillaan päättää numeromäärästä.
4. Kirkko ja kaupungin johtokunta esittää, että Espoon, Helsingin ja Vantaan seurakuntayhtymät sekä Kauniaisten suomalainen seurakunta varaavat vuosille 2024 ja 2025 tarvittavan lisämäärärahan paino- ja jakelukulujen kattamiseen.
5. Päätoimittaja valmistelee yhteisen mediatoimituksen johtokunnalle vuoden 2025 helmi- tai maaliskuun kokoukseen seuraavan suunnitelman. Sen pohjalta päätetään, jatketaanko nykyisellä ilmestymistiheydellä vielä vuosi 2026 vai siirrytäänkö harvemmin, esimerkiksi kerran kuussa ilmestyvään lehteen.

Käsittely

Pauli Juusela selosti asiaa.

Päätös

Päätösehdotus hyväksyttiin.

Päätöshistoria

Selostus

Sopimuksessa pääkaupunkiseudun yhteisestä mediatoimituksesta todetaan, että päätoimittaja valmistelee ja johtokunta käsittelee kahden vuoden välein maaliskuun loppuun mennessä suunnitelman seuraavalle neljälle vuodelle. Suunnitelma sisältää kuvauksen median toteuttamisesta ja kehityssuunnista, henkilöstöstä ja taloudesta. Suunnitelma tulee hyväksyttäväksi osapuolten toimivaltaisissa hallintoelimissä. Toisessa kohdassa sopimusta todetaan, että johtokunta laatii kahden vuoden välein taloussuunnittelun yhteydessä maaliskuun loppuun mennessä esityksen julkaisujen laajuudesta sekä kustannusten jaosta. Tällöin otetaan huomioon tutkimukset yhteisen median käytöstä sekä sen tuottojen kehityksestä, kustannustaso, pääkaupunkiseudun väestökehitys ja seurakuntayhtymien jäsen- ja talouskehitys. Nämä kaksi suunnitelmaa yhdistyvät nyt tässä suunnitelmassa, joka kattaa vuodet 2023–2026.

Vt. päätoimittaja Pauli Juusela käynnisti toimituksen johtoryhmän eli Tuure Hurmeen, Heli Kulmavuoren ja Ulla Lötjösen kanssa suunnitelman teon joulukuussa 2022. Suunnitelmaa on valmisteltu yhteistyössä seurakuntayhtymien viestintöjen kanssa. Näkemyksiä ja palautetta on pyydetty ja saatu kokonaiskirkollisen

viestintähankkeen hankejohtajalta Sami Kallioiselta. Ulkopuolisena konsulttina on ollut 25 vuotta media- ja viestintäalalla toiminut Marja Honkakorpi Fugu Media Oy:stä.

Tulevaisuussuunnitelmaa on käsitelty yhteisen mediatoimituksen johtokunnan iltakoulussa 28.2.2023. Iltakoulussa tuotiin esille ideoita, joita voidaan tarkemmin miettiä tulevien vuosien aikana, kuten esimerkiksi ehdotukset äidinkieleltään muiden kuin suomen- ja ruotsinkielisten huomioon ottamisesta median sisällöissä. Kirkko ja kaupunki median rooli nähtiin tärkeänä ja nostettiin esille, että media on keskeinen kontaktikanava asukkaisiin. Säästöideoitakin esitettiin. Ne ovat linjassa suunnitelman kanssa, sillä siellä todetaan esimerkiksi se, että yhteistyötä eri seurakuntalehtien kesken kannattaa kehittää.

Kirkko ja kaupungin tulevaisuuteen liittyy monia asioita, joista on pakko päättää jo kevään aikana. Näitä ovat esimerkiksi tietyt kilpailutukset, joista suurin on lehden painatuksen kilpailutus, joka pitää käynnistää viimeistään syksyllä. Sitä varten on tiedettävä, montako numeroa tehdään. Asiaan toki vaikuttaa myös voimassa oleva jakelusopimus Postin kanssa. Se lähtee siitä, että lehteä tehdään suunnilleen nykyisellä ilmestymistiheydellä.

Nelivuotissuunnitelma on laaja ja siihen sisältyy useita liitteitä.

Median tehtävät ja seurakuntien strategiat

Median tarkoitus, tehtävä ja linja on määritelty sopimuksessa. Mediaa tehdään sille asetettujen tavoitteiden mukaisesti ja nuo tavoitteet ovat linjassa seurakuntayhtymien ja Kauniaisten suomalaisen seurakunnan strategioiden kanssa. Strategioilla on suoraa vaikutusta Kirkko ja kaupunki -median ratkaisuihin ja painotuksiin. Esimerkiksi Vantaan strategiatyöskentely on vaikuttanut Kirkko ja kaupungissa niin, että mediassa on lisätty kuolemaan liittyvien aiheiden käsittelyä, koska ne ovat lukijoille tärkeitä, ja nostettu entistä aktiivisemmin esiin luontoteemoja. Jälkimmäinen on noussut vahvasti esiin myös Espoosta. Kirkko Helsingissä lupaa pitää ovet aina auki ja kohdata jokaisen ihmisen ainutlaatuisena Jumalan luomana ihmisenä. Helsingin strategian mukaan seurakunnat auttavat hädässä olevia, puolustavat tasa-arvoa, yhdenvertaisuutta, oikeudenmukaisuutta ja luontoa. Kun seurakunnat näin toimivat, se näkyy yhteisessä mediassa.

Kirkko ja kaupunki -media on seurakuntien tavoittavin kontaktiväline

Kirkko ja kaupungin printtilehdestä tehtyjen lukemistutkimusten viesti on selvä: lehti tunnetaan ja sitä luetaan. Keväällä 2022 tehty tutkimus perustui 1513 vastaukseen. Vuoteen 2021 verrattuna lehden tunteminen oli sen mukaan lisääntynyt, samoin lehden lukeminen – yli 70 prosenttia lehden saajista vähintäänkin selailee lehden. Monivalintatehtävässä, jossa sai kuvata Kirkko ja kaupungin merkitystä itselle, 40 prosenttia vastasi, että lehti on tärkeä tietolähde seurakunnan tapahtumista. Vastaajista 28 prosenttia sanoi, että lehti on ainoa tai lähes ainoa side seurakuntaan eli lehti on jäsenpidon kannalta olennaisen tärkeä väline seurakunnille. Myös seurakuntien mielikuvatutkimusten mukaan Kirkko ja kaupunki on keskeinen tai jopa keskeisin väline ihmisten tavoittamiseen. Se tavoittaa runsaasti myös kirkkoon kuulumattomia.

Kirkkojakaupunki.fi-sivustolla vieraillee keskimäärin noin 50 000 eri kävijää yhden viikon aikana. Verkkosivusto tavoittaa aktiivisia seurakuntalaisia, mutta myös esimerkiksi heitä, jotka eivät kuulu mihinkään uskonnolliseen yhteisöön (34 % pääkaupunkiseutulaisista verkkokävijöistä on tällaisia) sekä heitä, jotka eivät osallistu ikinä mitenkään muuten seurakunnan toimintaan (26 % pk-seutulaisista verkkokävijöistä on tällaisia). Sivusto tavoittaa myös nuoria aikuisia: 27 prosenttia kävijöistä on 16–34-vuotiaita.

Verkkosivusto kirkkojakaupunki.fi on kuitenkin vain yksi pala isosta verkkovaikuttamisen kokonaisuudesta. Sivuston lisäksi Kirkko ja kaupunki tekee sisältöä ja tavoittaa ihmisiä sosiaalisessa mediassa ja muilla sisältöalustoilla (Facebook, TikTok, Instagram, Twitter, YouTube, Podcast-julkaisualustat, uutiskirje,

tekstiviestipalvelu). Sisältöä muotoillaan ja tuotetaan siis erikseen moniin eri kanaviin.

Kansalliseen radiotutkimuksen mukaan Jouluradio tavoitti joulukuussa lähes 958 000 viikkokuuntelijaa. Jouluradio oli valtakunnallisesti kolmanneksi tavoittavin kanava kaikissa ikäryhmissä. Se oli myös radiokanavien ykkönen 9–24-vuotiaiden viikkotavoittavuudessa valtakunnallisesti ja 24–54-vuotiaiden parissa pääkaupunkiseudulla.

Henkilökunta ja taloustilanne

Uusi sopimus yhteisestä mediatoimituksesta hyväksyttiin keväällä 2020. Yhteisen mediatoimituksen henkilökunta on sen jälkeen supistunut. Täyttämättä on jätetty uutistoimittajan ja julkaisupäällikön tehtävät. Kirkko ja kaupungin oman toimituksen koko on päätoimittaja ja 20 henkeä. Median assistentti on yhteinen Helsingin seurakuntayhtymän viestinnän kanssa. Yksi toimituksesta on osa-aikainen. Henkilöstö on mitoitettu medialle asetettuihin runsaisiin tehtäviin, printin kolmeen alueversioon ja monimedialliseen työskentelyyn. Henkilöstön tehtävät ja toimituksen työprosessi on kuvattu suunnitelmassa ja sen liitteissä. Tulevina vuosina henkilöstön määrä vähenee eläköitymisten kautta. Henkilökunnan koko on sidoksissa printin ilmestymistiheyteen. Nykyinen malli vaatii isomman henkilökunnan kuin harvemmin ilmestyvä printti.

Yhteisen mediatoimituksen taloudelle on asetettu pääkaupunkiseudun seurakuntien sopimuksessa tiukat raamit. Sopimuksessa todetaan: ”Tämänhetkisen arvion mukaan kustannussäästön tarve vuosien 2021–2024 aikana tulee olemaan noin 300 000 euroa ja vuosina 2025–2029 varaudutaan vähentämään yhteensä n. 220000–450000 euroa.” Tämä koskee median niin sanottuja kiinteitä kuluja eli muita kuin painatuksesta ja jakelusta aiheutuvia kustannuksia, jotka on sovittu laskutettavan toteutuneiden kulujen mukaan.

Asetettu säästötavoite on johtanut siihen, että yhteinen mediatoimitus on karsinut kiinteitä kulujaan, vaikka tämä ei viime vuosien kriisit ja nousevat kustannukset huomioon ottaen ole ollut helppoa. Sopimusta tehtäessä maailma oli toisenlainen. Osa median toiminnoista on yhden tai kahden henkilön varassa. Ongelmallista Kirkko ja kaupunki -median taloustilanteen kannalta on se, että jäljellä oleva säästötavoite vuodelle 2024 on todella iso. Kiinteisiin kuluihin ei lasketa paino- ja jakelukustannuksia, jotka laskutetaan toteutuneen mukaan. Niistä vähennetään lisäksi ilmoitusmyynnin tuottoarvio ja Jouluradion tuotot muun Suomen seurakunnista. Kun säästötavoite on noin 300 000 euroa, vuoden 2024 kehyksen kiinteiden kulujen pitäisi olla 1 898 822 euroa tai ainakin hyvin lähellä sitä. Tämä merkitsee 151 000 euron leikkausta budjettiin. Toimituksen toimintaedellytykset ovat säästötavoitteen toteuttamisen jälkeen heikommät kuin nyt.

Seurakuntien kannalta oleellisia ovat myös paino- ja jakelukustannukset. Niihin on budjetissa varattu nyt noin 2,8 miljoonaa euroa. Jakelukustannukset pysyvät Postin kanssa tehdyn uuden sopimuksen mukaan lehden budjetin mukaisina: korotus oli aiempaan hintaan aluksi 3,45 prosenttia ja jälkimmäiset puoli vuotta 16 prosenttia. Seuraava hinnankorotus on mahdollinen aikaisintaan vuoden 2024 alusta ja sen on perustuttava yhdessä sovittuihin todellisiin kustannustekijöihin. Painatus on tarkoitus kilpailuttaa viimeistään syksyllä 2023. Se, miten hyvin budjetti pysyy painokulujen osalta ennakoidussa, riippuu paperin hintakehityksestä ja painon palkankorotuksista. Paperin hintaan vaikuttaa niin Ukrainan sota kuin sanomalehtipaperin tuotannon väheneminen.

Jakelun ja painopaperin hinnannousujen vuoksi Kirkko ja kaupungin numeroita karsittiin tälle vuodelle 20 numerosta 18 numeroon. Tämä aiheuttaa lehden ilmestymiseen taukoja, jotka vaikuttavat seurakuntien tapahtumailmoittelua. Myös uuden jakelusopimuksen kannalta tämä on ongelmallista, sillä palvelukuvausliitteen mukaan lehti ilmestyy 20–22 kertaa vuodessa. Muun muassa näistä syistä olisi parempi, että lehti voisi ilmestyä 20 kertaa vuodessa. Tämä vaatisi kuitenkin noin 330 000 euron lisäystä paino- ja jakelukuluihin verrattuna 18 kertaa vuodessa

ilmestyvään lehteen. Seurakunnat voivat yhteisen mediatoimituksen sopimuksen mukaan alueillaan myös harkita sitä, haluavatko ne 17, 18, 19 vai 20 numeroa.

Jos Kirkko ja kaupungin printtilehti muutetaan 12 kertaa vuodessa ilmestyväksi, lehden jakelu- ja painokulut todennäköisesti laskevat. Postin jakeluhintaan vaikuttaa kuitenkin ilmestymistiheys eli volyymihyöty, joten jakelukustannusten lasku ei ole varmaa eikä ainakaan suoraan verrannollinen numeroiden määrän vähenemiseen. Aikakauslehtipaperi on kallista, joten jos halutaan laskea paperista aiheutuvia kuluja, kannattaa valita sanomalehtipaperi, joka on nykyistä laadullisesti parempi. Todelliset kustannukset ja saavutettu säästö selviävät vain kilpailuttamalla. Median verkkosivujen ja someläsnaolon lisäämiseen pitäisi tässä vaihtoehdossa käyttää nykyistä enemmän resursseja.

Kolme vaihtoehtoa median kehittämiseksi

Kun mietitään Kirkko ja kaupunki -median ja yhteisen mediatoimituksen tulevaisuutta, on otettava huomioon edellä mainitut tiedot: medialle asetetut tehtävät ja seurakuntien strategiset tavoitteet, tutkimustiedot Kirkko ja kaupungin printin ja verkon sekä Jouluradion tavoitavuudesta ja merkityksestä sekä seurakuntien ja median taloustilanne. Suunnitelmassa arvioidaan kolmea erilaista vaihtoehtoa printtilehdestä. Kaikissa vaihtoehdoissa on pystyttävä panostamaan myös digimedialle kehittämiseen.

Noin 20 kertaa vuodessa ilmestyvä printtilehti on journalistisesti ja seurakuntien viestinnän kannalta paras vaihtoehto. Nykyisellä frekvenssillä ilmestyvässä lehdessä on tilaa käsitellä monipuolisesti lehden tehtävään liittyviä teemoja ja sen suunnittelussa ja tekemisessä pystytään ottamaan harvemmin ilmestyvää printtiä paremmin huomioon esimerkiksi kirkkovuoden kulku ja sen liittymäkohdat ihmisten elämäntapaan. Seurakuntien tapahtumille ja menoille on printissä riittävästi tilaa ja muitakin paikallisia aiheita pystytään nostamaan hyvin esiin. Ihmisten elämään syvästi vaikuttaville valtakunnallisille ja globaaleille aiheille, joissa on usein uskon ja uskontoihin liittyviä näkökulmia, löytyy myös tilaa. Printti on ajankohtainen ja toimii jossain määrin myös uutisvälineenä, vaikka nopeiden uutisten pääalusta onkin Kirkko ja kaupungin verkkomedia. Seurakuntien päätöksentekoa pystytään seuraamaan myös printissä, ei vain verkossa.

Kuukausilehden vaihtaminen vaatii printin sisällön mittavaa uudistamista ja on siis kehityshanke. Samalla on mietittävä, miten toteutetaan paikallisuus ja millä tavalla ja miten laajasti seurakuntien tapahtumat näkyvät mediassa. Jos halutaan säilyttää lukijakontaktit, siihen tarvitaan laatua. Laadullisesti paras vaihtoehto tehdä kuukausittain ilmestyvää lehteä olisi aikakauslehtipaperi. Tämä on kuitenkin kallis vaihtoehto, joten jos halutaan saavuttaa kustannussäästöjä, kannattaa valita sanomalehtipaperi. Sen pitäisi kuitenkin olla nykyistä parempilaatuista, paksumpaa ja valkeampaa, jotta visuaalisuuteen voidaan panostaa. Samalla lehden saavutettavuus paranisi eli lehteä pystyisivät aiempaa paremmin lukemaan myös heikkonäköiset, joille nykyinen paperilaatu on ongelmallinen.

Keskeinen peruste mahdolliseen 12 kertaa vuodessa ilmestyvään vaihtoehtoon siirtymiselle on taloudellinen eli oletettavasti tämä vaihtoehto olisi edullisempi kuin pitäytyminen 20 kertaa vuodessa ilmestyvässä printtilehdessä. Säästöä voisi tulla sekä paino- että jakelukuluista. Kustannussäästön todellinen suuruus selviää vain kilpailuttamalla. Yhteinen mediatoimitus pystyy tässä vaihtoehdossa toimimaan hieman pienemmällä henkilöstömäärällä kuin nykymallissa. Tässä vaihtoehdossa säästöjä voidaan toteuttaa eläköitymistien kautta, mutta myös uusia ammattilaisia on kyettävä harkitusti palkkaamaan, sillä muuten median kehittäminen ja tulevaisuus vaarantuu. Verkkomedialle kehittäminen on tässä oleellista, jotta printin väheneviä kontakteja voidaan korvata.

Vaihtoehdossa kolme on selvitetty nykyistä laajempaa alueellista yhteistyötä tai suurimpien seurakuntalehtien keskinäisen yhteistyön kehittämistä, jopa yhteistä runkolehteä. Näistä erityisesti suurten lehtien yhteistyötä kannattaa tutkia tarkemmin. Yhteistyön kehittäminen vie kuitenkin aikaa. Yhteiseen toimitukseen on

pitkä tie ja ratkaistavana monia ongelmia, jotka liittyvät niin sisältöön, hallintoon kuin talouteen.

Johtopäätökset ja ehdotukset

Printtilehden ilmestymiskertojen harventaminen vaatii käytännössä kokonaan uuden lehtikonseptin suunnittelua. Tämän vuoksi aikalisä, jossa nykyisellä ilmestymistiheydellä toimivalle Kirkko ja kaupungille annettaisiin jatkoaika ja sille rahoitus, on perusteltu paitsi pääkaupunkiseudun myös laajemmin koko kirkon kannalta.

Edellä mainittujen vaihtoehtojen ja tämän tulevaisuussuunnitelman aineistojen perusteella on olemassa vahvat perusteet siihen, että jatketaan Kirkko ja kaupungin ilmestymistä noin 20 kertaa vuodessa ilmestyvällä mallilla ja samalla turvataan verkkomedian kehitys. Tässä voitaisiin sopia niin sanotusta aikalisästä eli kaksi plus yhdestä vuodesta (2024–2025 ja erikseen päätettäessä 2026). Tämä vaatii omistajaseurakunnilta lisäresurssia Kirkko ja kaupungin paino- ja jakelukuluihin, jotka ovat toimituksesta riippumattomia kuluja.

Vain vuoden 2024 kiinteiden kulujen säästötavoitteen takia ei muutosneuvotteluja kannata käynnistää, koska pidemmällä ajalla on saavutettavissa säästöjä eläköitymisten kautta.

Yhteistyöseurakunnat päättävät kukin osaltaan, julkaistaanko lehteä tänä aikana 17, 18, 19 vai 20 kertaa vuodessa. Viestinnällisesti parasta olisi 20 ilmestymiskertaa vuodessa. Ilmestymiskertojen harventaminen hankaloittaa seurakuntien tapahtumailmoittelua. Sopimus mahdollistaa seurakunnilla sen, että ne voivat tilata eri määrän lehtiä.

Toimitus jatkaa päätoimittajan johdolla ja yhteistyössä seurakuntien viestinnän kanssa muiden mallien tutkimista ja suunnittelua. Näistä mahdollinen vaihtoehto on 12 kertaa vuodessa ilmestyvä printtilehti ja verkkomedian kehittäminen valmisteltavan uuden digitaalisen strategian pohjalta. Samalla on syytä käynnistää suurten seurakuntayhtymien kanssa selvitys seurakuntamedioiden yhteistoiminnan kehittämisestä.

Päätoimittaja valmistelee vaihtoehdot printin ilmestymistiheydelle ja suurten seurakuntien yhteistyön kehittämiselle johtokunnan helmi- tai maaliskuun kokoukseen vuonna 2025. Tällöin voidaan päättää, jatketaanko nykyistä ilmestymistiheyttä vielä kolmas vuosi vaiko pidempään vai aletaanko tehdä 12 kertaa vuodessa ilmestyvää printtilehteä.

Digimedian kehittämistä pitää joka tapauksessa jatkaa. Se on median tulevaisuuden kannalta olennaisen tärkeää.

Lapsivaikutusten arviointi

Asiassa ei ole tarpeen tehdä lapsivaikutusten arviointia.

Lisätiedot

Vt. päätoimittaja Pauli Juusela, p. 09 2340 4020, pauli.juusela@kirkkojakaupunki.fi