

1. Tähän meitä tarvittiin

Mitä kaupungista olisi puuttunut ilman meitä? Mikä olisi jäänyt tekemättä?

Kirkko ja kaupungista tehtiin vuoden 2023 aikana kaksikin printtilehteen liittyvää lukemistutkimusta. Niiden mukaan lehti on luettu ja luetettava ja sitä pidetään tärkeänä välineenä saada tietoa seurakuntien toiminnasta ja tapahtumista. Innolink Oy:n tekemään lukijatutkimukseen vastanneista kirkkoon kuuluvista lukijoista 22 prosenttia vastasi lehden olevan ainoa tai lähes ainoa kontakti seurakuntiin. Toisen, aktiivilukijoille tehdyn tutkimuksen mukaan lehteä pidetään ihmisläheisenä, helppokäyttöisenä ja empaattisena. Se on myös tärkeä uutisväline. Verkossa Kirkko ja kaupunki on valtakunnallinen media, jonka verkkosivut ja sosiaalisen median kanavat tavoittavat myös niitä ihmisiä, joita seurakunnat eivät muuten tavoita. Kirkko ja kaupunki media on kertonut sadoissa artikkeleissaan pääkaupunkiseudun seurakuntien toiminnasta ja ihmisistä sekä tuonut myös globaaleihin ajan ilmiöihin kristinuskoon liittyviä näkökulmia. Media on tukenut ihmisiä erittäin luetuilla ja keskusteluakin herättäneillä hengellisillä ja elämäntaidollisilla jutuillaan. Jouluradio tuo joulumusiikin kautta pääkaupunkiseudun asukkaille ja laajemmin suomalaisille joulun sanomaa. Kokonaisuutena tästä syntyy monikanavainen media, joka on seurakuntien merkittävin säännöllinen kontakti alueen asukkaisiin.

2. Mikä muuttui vuonna 2023?

Mikä muuttui toiminnassa, toimintaympäristössä, toimintatavoissa, mittareissa, jossakin toiminnan kannalta olennaisessa. Miten toimintaympäristö muuttui? Mitä tehtiin toisin? Miten muutosta mitattiin?

Kirkko ja kaupungin printtilehden ilmestymismäärää jouduttiin kasvaneiden paino- ja jakelukulujen vuoksi supistamaan kahdella numerolla. Tämä pyrittiin toteuttamaan niin, että siitä olisi mahdollisimman vähän häirtää seurakunnille. Samanaikaisesti lehden sosiaalisen median sisältöjä on kehitetty ja verkkosivujen ulkoasu uusittu. Varsinkin nuoremmat ikäluokat kuluttavat mediaa verkossa. Printistä tehdään säännöllisesti lukijatutkimuksia ja verkon sekä sosiaalisen median kanavien kävijämääriä ja profiilia pystytään seuraamaan reaaliaikaisesti. Jouluradio osallistuu vuosittain kansalliseen radiotutkimukseen, jonka mukaan se oli joulukuussa valtakunnallisesti kolmanneksi tavoittavin ja neljänneksi kuunnelluin radioasema. Mediatoimitukselle on siis käytössään hyvin tehokkaat mittarit.

3. Kolme konkreettista tavoitetta vuodelle 2023 ja miten strategiset tavoitteet näkyvät niissä?

Miten Kirkko Helsingissä -strategia näkyi? Miten seurakunnan oma strategia näkyi? Saavutettiin tavoitteet? Mikä tuotti vaikeuksia? Mikä innosti paneutumaan asiaan?

Yhteinen mediatoimitus on nimensä mukaisesti koko pääkaupunkiseudun yhteinen, joten se ottaa toiminnassaan huomioon kaikkien seurakuntayhtymien strategiset tavoitteet. Ne ovat varsin samansuuntaisia ja median sisältöjen kannalta ajankohtaisia ja luontevia. Ihmisten arki ja juhla, tarpeet ja toiveet, usko, toivo ja rakkaus, hädässä olevien auttaminen, tasa-arvo, yhdenvertaisuus, oikeudenmukaisuus ja luontoarvot ovat yhteisen mediatoimituksen sisältöjen keskeisiä aiheita.

4. Miten henkilöstö-, tila- ja talousresurssit riittivät ja jakautuivat?

Jakautuiko työvoima tarkoituksenmukaisesti? Palvelivatko tilat toimintaa? Jakautuivatko määrärahat strategisesti oikein? Riittivätkö määrärahat toiminnan toteuttamiseen suunnitelmien mukaisesti? Keskitettiinkö voimavaroja riittävästi kolmen tärkeimmän tavoitteen saavuttamiseen?

Kirkko ja kaupungin toimituksesta on vuoden aikana taloudellisista syistä jätetty täyttämättä kolme vakanssia. Tämä on vaikuttanut heikentävästi etenkin median uutistoimintaan ja myös henkilöstön jaksamiseen. Jouluradio luopui kauppakeskus Redissä olleesta tilasta, joka oli yhteinen Paavalin ja Kallion seurakuntien kanssa. Jouluradio on nyt tehnyt yhteistyö Töölön seurakunnan ja sen Fokus-tilan kanssa. Printin ilmestymismäärien karsinta vähentää suoraan niitä kontakteja, joita pääkaupunkiseudun seurakunnilla seurakuntalaisiin on ja vaikuttaa siten niiden strategisten tavoitteiden saavuttamiseen. Painetun lehden ilmestymiskertojen vähentäminen vähensi ilmoitustuottoa. Mediatoimitus toteuttaa taloudellisten resurssien niukkenemisestä huolimatta suurella antaumuksella sille sopimuksessa määriteltyjä tehtäviä.

5. Miten toteutui seurakuntalaisten osallisuus?

Missä uusissa tehtävissä seurakuntalaiset toimivat? Mitä erityisosaamista saatiin seurakuntalaisten kautta käyttöön? Millaisia kokemuksia kertyi vastuun jakamisesta? Miten toiminta tukee seurakuntalaisten osallisuutta?

Seurakuntalaiset ja laajemmin kaupunkilaiset ovat median lukijoita, käyttäjiä ja kuuntelijoita. Heiltä saadaan myös ideoita ja palautetta ja heidän avullaan kehitetään toimintaa. Kirkko ja kaupunki -mediassa on vuoden mittaan ilmestynyt useita juttuja, joiden sisältö on perustunut lukijoilta kyselyjen kautta saatuun aineistoon. Lukijat ovat ottaneet innokkaasti ja runsain määrin osaa näihin kyselyihin. Myös Jouluradiossa vuorovaikutus kuulijoiden kanssa on jatkuvaa. Kannattaa mainita myös toimituksessa vierailleet useat lukiolaisryhmät, jotka ovat halunneet tutustua uskontojournalistisen median tekemiseen.

6. Mitä opittiin seuraavaa vuotta varten?

Mitkä ovat keskeisimmät opit tulevaisuutta varten? Mitä jatketaan ja mitä tehdään tulevaisuudessa eri tavalla kuin vuonna 2023?

Kirkko ja kaupungille valmistui kevättalvella nelivuotissuunnitelma ja Jouluradiolle tulevaisuussuunnitelma, joiden mukaisesti toimintaa on lähdetty ohjaamaan. Vuoden 2024 alussa valmistellaan ehdotus printtilehden tulevien vuosien ilmestymismääräksi. Printtilehti on noin 330 000 kappaleen levikillään seurakuntien merkittävin säännöllinen kontakti seurakuntalaisiin ja sitä merkittävämpi, mitä useampaan numeroon seurakuntayhtymien taloudelliset voimavarat antavat myöten. Printtilehden rinnalla on kehitettävä digimediaa ja Kirkko ja kaupungin sosiaalisen median alustoja, sillä nämä ovat median kuluttamisen tulevaisuuden suunta ajatellen etenkin millenniaaleja ja Z-sukupolvea, joiden tavoittaminen on seurakunnille keskeisen tärkeää. Jouluradio oli Kansallisen radiotutkimuksen mukaan 15–24-vuotiaiden parissa joulukuussa maan tavoittavin radioasema. Radion kehitystyötä jatketaan hyväksi havaittujen linjausten mukaisesti.