

Kirkko ja kaupungin kanavasuunnitelman hyväksyminen

Kirkko ja kaupungin johtokunta 21.05.2024 § 34
77/00.01.01/2024

Esittelijä Seurakuntayhtymän johtaja Rintamäki Juha

Päätösehdotus

1. Kirkko ja kaupungin johtokunta hyväksyy median kanavasuunnitelman.
2. Suunnitelma lähetetään tiedoksi Espoon, Helsingin ja Vantaan yhteisille kirkkovaltuustoille sekä Kauniaisten suomalaisen seurakunnan seurakuntaneuvostolle.

Käsittely

Kehittämispäällikkö Tuure Hurme esitteli kanavasuunnitelmaa yhdessä päätoimittaja Pauli Juuselan kanssa.
Esittelyn jälkeen käsittelyn aikana käytettiin 25 puheenvuoroa.

Päätös

Päätösehdotus hyväksyttiin.

Päätöshistoria

Selostus

Kirkko ja kaupungin toimitus on valmistellut kanavasuunnitelman, jota käsiteltiin johtokunnan maaliskuun kokouksessa. Suunnitelman nimi johtuu siitä, että digitaalisuutta kehitettäessä ei voi unohtaa sitä, että printtilehti on lähivuodet edelleen merkittävin kontaktiväline lukijoihin ja sen aineistolla on iso merkitys median verkkosivujen ja sosiaalisen median kanavien sisällölle. Kanavasuunnitelman näkökulma on kuitenkin korostetusti digitaalisessa mediassa, jonka kehittämistä sen on tarkoitus ohjata. Kanavasuunnitelma ohjaa toimituksen työtä ja ulottuu vuoteen 2028 asti. Kanavasuunnitelmaan liittyy se, että printin ilmestymistiheyttä harvennetaan niin, että kahtena seuraavana vuonna lehti ilmestyy Helsingissä ja Vantaalla 16 kertaa. Espoo ja Kauniainen tilaavat sopimuksen mukaisesti kaksi numeroa enemmän. Printin harveneminen, jonka taustalla ovat taloudelliset syyt, kuten painatuksen ja jakelun hinta, vähentää lehden kautta saatavia kontaktimääriä. Tämän takia ja myös laajemmin entistä digitaalisempaan tulevaisuuteen liittyen, verkon ja sosiaalisen median kontaktimääriä pitää kasvattaa. Tämä vaatii lisäpanostusta verkko edellä tehtävään laadukkaaseen sisältöön. Kanavasuunnitelman avulla tämä voidaan tehdä suunnitelmallisesti. Johtokunnan kokouksessa suunnitelmaa esittelee kehityspäällikkö Tuure Hurme. Suunnitelman laadinnassa on ollut mukana koko median toimitus ja siinä on kuultu pääkaupunkiseudun viestintöjen näkemyksiä. Yhteistoimintaa viestinnän kanssa jatketaan.

Kirkko ja kaupungin tehtävät on määritelty sopimuksessa ja sen mukaisesti media toimii. Seurakuntayhtymien ja Kauniaisten suomalaisen seurakunnan strategiset tavoitteet korostavat yhteyden rakentamista, vuorovaikutuksen lisäämistä ja erikikäisten ihmisten tavoittamista siellä missä he ovat. Erityisesti nuoret aikuiset ovat kohdattavissa netissä. Tämä on kanavasuunnitelmassa otettu median kehittämisen keskeiseksi lähtökohdaksi.

Kanavasuunnitelmassa määritellään Kirkko ja kaupungin tulevaisuuden näky median tehtävät ja edellä mainitut strategiset tavoitteet huomioon ottaen. Kirkko ja kaupunki haluaa tulevaisuudessakin olla Suomen johtava kirkollinen monimedia, kasvattaa entisestään verkon ja sosiaalisen median käyttäjämääriään ja kasvattaa verkossa myös paikallista näkyvyyttään. Kirkko ja kaupungin menestystekijät ovat sille ominaisia verrattuna muihin medioihin. Ne ovat armo, rohkeus uuteen, syvyys, kirkon tapahtumat ja toiminta, uskontojournalismi ja laadukas ja harkittu visuaalisuus. Laatu on tekijä, joka saa tarttumaan median sisältöihin.

Taustatekijät, suomalaiset trendit ja poiminnat Kirkko ja kaupunki median eri alustojen tämänhetkisestä tilanteesta kertovat toimintaympäristöstä ja sen muutoksesta. Median toimituksen käytössä on laajempi taustamateriaali, jonka kokoamisessa on käytetty apuna Fugu-Median Marja Honkakorpea. Kokemusasiantuntijoina on kuultu lukiolaisia.

Kirkko ja kaupungin verkkosivuista on kevään aikana teetetty käyttäjätutkimus, joka on myös huomioitu kanavastrategiassa. Näitä on jatkossa tarkoitus tehdä joka toinen vuosi verkosta ja joka toinen vuosi printistä. Niitä hyödynnetään media kehitystyössä.

Mediatutkimusyritys RAM (Research and Analysis of Media) toteutti Kirkko ja kaupungin verkkosivustolla online-yleisöseurannan ajalla 1.4.2023–2.4.2024, joka tavoitti 222 000 kävijän perustiedot, sekä kyselytutkimuksen ajalla 3.4.–13.4.2024, jonka vastaajamäärä oli 925 henkilöä.

Rampanelin tutkimuksen mukaan sivustolla käy tasaisesti eri-ikäisiä ihmisiä: 12 % kävijöistä on 16–24-vuotiaita, 15 % yli 65-vuotiaita. Suurin ikäryhmä on 25–34-vuotiaat, joita on 21 % kävijöistä. Kävijöistä naisia on 64 %, ja pääkaupunkiseutulaisia 41 %. Sivusto koetaan hyödylliseksi, ajantasaiseksi, empaattiseksi, luotettavaksi, hengelliseksi, helppokäyttöiseksi, ihmisläheiseksi ja nykyaikaiseksi.

Kävijöistä ev. lut. kirkon jäseniä on 63 %. Mihinkään uskonnolliseen yhteisöön vierailijoista ei kuulu 31 %. Osa vierailijoista on aktiivisia seurakuntalaisia: 11 % osallistuu viikoittain seurakunnan toimintaan. Suurin osa (42 %) vierailijoista kertoo kuitenkin osallistuvansa "hyvin harvoin" seurakunnan toimintaan. 17 % kertoo, että kirkkojakaupunki.fi on heidän ainoa siteensä seurakuntaan. Tutkimus on laaja, joten tässä on vain muutamia keskeisimpiä havaintoja. Seuraavalla kerralla tutkitaan tarkemmin pääkaupunkiseudun kävijöiden näkemyksiä mediasta, kuten tehtiin vuonna 2022.

Kirkko ja kaupunki -median tavoitteet ja toimenpiteet liittyvät neljään näkökulmaan: pääkaupunkiseutuun, nuoriin aikuisiin, oman hallinnan lisäämiseen ja ensisijaiseen kohderyhmään eli niihin, joilla ei ole kiinteää suhdetta seurakuntaan. Toimituksen käytännön työssä pyritään erityisesti pitämään mielessä 25–35-vuotiaita. Tämä ei tarkoita, että Kirkko ja kaupunki unohtaisi muut, vaan sitä, että tässä on se kohderyhmä, jota meidän pitää tavoittaa, jos halutaan, että kirkollinen media jatkossakin kiinnostaa.

Tarkemmin kohderyhmät määritellään kanavakohtaisesti. Median perusäänensävyyssä ei voi olla suuria kanavakohtaisia eroja, mutta kanavien luonne ja kävijäprofiilit toki hieman vaikuttavat siihenkin. Esimerkiksi nuorten suosimassa Tiktokissa Kirkko ja kaupunki haluaa tuoda vaihtoehtoista, jopa vastakulttuurista sisältöä, joka sivistää, yllättää ja kannustaa myös henkiseen ja hengelliseen pohdintaan. Kohderyhmiä, äänensävyyjä ja kanavakohtaisesti mietittyjä toimenpiteitä esitellään tarkemmin suunnitelmassa. Suunnitelmaa toteutettaessa mediatoimitus on valmis nopeisiinkin muutoksiin, jos esimerkiksi algoritmit, käyttäjäprofiilit, toimintatavat tai lainsäädäntö muuttuvat.

Suunnitelmassa kerrotaan siitä, millaisia toimenpiteitä kussakin kanavassa aiotaan tehdä. Yhdestäkään kanavasta ei olla luopumassa, mutta resursseja suunnataan niihin harkitusti kohderyhmät huomioon ottaen. Whatsappia ei tässä vaiheessa aiota ottaa käyttöön. Sen sijaan applikaatio otetaan käyttöön, jos se voidaan tehdä

suhteellisen pienellä taloudellisella panostuksella ja vähäisellä työmäärällä. Jos applikaatio ei kerää käyttäjiä, siitä voidaan koejakson jälkeen myös luopua.

Suunnitelmassa asetetaan tammikuuhun 2026 ulottuvat tavoitteet, jotka vaativat työtä, mutta ovat samalla realistisia. Tavoitteiden toteutumiseen liittyvät konkreettiset mittarit ja laadulliset kysymykset, joiden toteutumista seurataan vuosittain. Johtokunnalle annetaan lisäksi puolivälissä vuotta kevyempi väliraportti, kuten Vantaan seurakuntayhtymä lausunnossaan esitti. Verkkoon suunnattu 110 000 euron rahoitus on suunniteltu käytettäväksi siten, että noin 70 000 käytetään sisältöön. Loput rahasta käytetään markkinointiin, vanhenevan kaluston uusimiseen ja applikaatioon.

Kirkko ja kaupungin verkkosivujen teknisen alustan uusiminen on rahoitettava erikseen. Kyseessä on useampivuotinen investointi, joka olisi syytä toteuttaa viimeistään vuonna 2026. Nykyinen alusta on otettu käyttöön tammikuussa 2017.

Kanavas suunnitelma on esityslistan liitteenä. Kirkko ja kaupungin kehittämispäällikkö Tuure Hurme osallistuu kokoukseen.

Lapsivaikutusten arviointi

Asiassa ei ole tarpeen tehdä lapsivaikutusten arviointia.

Lisätiedot

Päätoimittaja Pauli Juusela, p. 09 2340 4020, pauli.juusela@kirkojakaupunki.fi

Jakelu

Espoon, Helsingin ja Vantaan yhteiset kirkkovaltuustot sekä Kauniaisten suomalaisen seurakunnan seurakuntaneuvosto