

Malmin seurakunnan viestintäsuunnitelma 2025

Johdanto ja yhteys strategiaan

Tämä viestintäsuunnitelma pohjautuu Malmin seurakunnan keväällä 2025 hyväksyttyyn strategiaan. Strategian ytimenä olevat periaatteet ovat kutsuvuus, omistajuus ja moninaisuus.

Viestinnän tehtävä on tehdä näkyväksi seurakunnan perustehtävää ja tukea sen toteutumista seurakuntalaisten sekä alueen asukkaiden elämässä.

Viestintäsuunnitelma ohjaa ja tukee kaikkea seurakunnassa tehtävää työtä.

Viestintäsuunnitelman laatinut työryhmä arvioi suunnitelman toteutumista ja toimivuutta syksyllä 2026.

Seurakuntaneuvosto osallistuu viestintäsuunnitelman laatimiseen ja päivittämiseen sekä viestintäsuunnitelman toteutumisen arviointiin.

Viestinnän tavoitteet ja mittarit

Viestintä parantaa seurakunnan näkyvyyttä ja luotettavuutta. Kanava- ja sisältövalinnoilla varmistamme viestintään käytettyjen resurssien tarkoituksenmukaisen ja tehokkaan kohdentamisen. Viestinnässä painotamme strategian teemoja ja kohderyhmiä. Näissä kohderyhmissä pyrimme kasvattamaan tavoitteellisesti kontakteja ja kohtaamisia. Kanavavalinnat perustuvat tutkimustietoon alueen ihmisistä ja heidän medioiden käytöstään sekä strategian painopisteisiin. Kanavat on kuvattu erillisessä viestintämanuaalissa.

Seuraamme Kirkon nelivuotiskertomuksen, Seurakuntien empatia- ja tunnettuuskyselyn sekä valtakunnallisen julkishallinnon Luottamus&Maine - tutkimuksen tuloksia etenkin oman alueen osalta ja pyrimme vastaamaan niissä ilmeneviin helsinkiläisten tarpeisiin ja odotuksiin. Tunnettuustutkimuksessa seuraamme etenkin sitä, kuinka moni kokee seurakunnan kutsuvaksi.

Viestinnän tiimi hankkii ajankohtaista tietoa suomalaisten median ja somekanavien käytöstä, omien verkkosivujen kävijämääristä, omien kanavien näkyvyydestä ja mediaosumista.

Seuraamme toimintamme kohtaamisia ja osallistujamääriä sekä keräämme palautetta toimintaan osallistuneilta ja kohderyhmiltä.

Henkilöstökyselyn keskiarvot toimivat sisäisen viestinnän ensisijaisina mittareina. Tavoitteena on olla vähintään tasolla "hyvä".

Roolit ja vastuut

Viestintää tekee koko työyhteisö sovittujen vastuiden mukaan. Kirkkoherra johtaa seurakunnan strategista ja sisäistä viestintää. Tapahtumille ja toiminnoille määrittelemme viestintävastaavat. Käytännön tehtävien ohessa viestinnän ammattilaisilla on koordinoiva, valmentava ja tukeva rooli sekä vastuu viestinnän kehittämisestä.

Työntekijät ja viestinnän tiimi tuottavat päivittäistä viestintää, toiminnasta viestimistä ja hengellistä sisältöä sovituilla vuoroilla. Laajemmat kokonaisuudet kuten riparit, pyhäinpäivä ja seurakuntavaalit toteutamme ennalta sovitun suunnitelman mukaan. Kokonaisuuden suunnittelusta vastaa viestinnän tiimi tai vastuhenkilö(t). Jokainen työntekijä saa tarvitsemansa koulutuksen ja avun työssä tarvitsemiensa viestintäalustojen perustoimintojen käyttöön.

Osallistamme vapaaehtoisia ja yhteistyökumppaneita viestinnän tuottamiseen.

Kumppanuuksissa sovimme yhteistyön osapuolten viestintävastuut ja yhdessä toimimisen rakenteet.

Viestinnän arvot ja eettiset periaatteet

Viestinnän arvot nousevat seurakunnan periaatteista ja arvoista, jotka on kuvattu strategiassa. Ympäristövastuuta kannamme arvioimalla viestinnän ekologista kuormaa ja hyödyntämällä seurakuntien yhteisiä ekologisten palveluntarjoajien kilpailutuksia. Käytämme työntekijöiden työajan ja toimintamäärärahan tutkitusti tavoittaviin viestinnän muotoihin ja erityisen tärkeiden kohderyhmien tavoittamiseen. Viestinnän sosiaalisessa vastuussa meille ovat tärkeitä inklusiivinen puhetapa, osallistava toimintakulttuuri, saavutettavuus, syrjimätön ja selkeä kieli sekä tasapainoinen ja samastuttava kuvasto.

Keskeisiä periaatteitamme ovat kutsuvuus ja moninaisuus. Viestimme saavutettavasti ja monikanavaisesti ja pyrimme käyttämään selkeää suomea keskeisimmissä sisällöissä. Tämä palvelee myös monikulttuurisia ja kieltä opettelevia. Parannamme viestintämme saavutettavuutta kouluttautumalla.

Osallistamme seurakuntalaisia ja muita alueen asukkaita työn suunnitteluun ja arviointiin sähköisin kyselyin, työpajoin, haastatteluilla ja kutsutilaisuuksilla. Sisäisessä kehittämisessä suosimme palvelumuotoilun osallistavia periaatteita. Vuorovaikutuksessa syntyviä ideoita hyödynnämme toiminnan suunnittelussa ja kehittämisessä.

Laadimme viestinnän tueksi sosiaalisen median moderointiohjeet turvallisemman tilan takaamiseksi. Sisäisen viestinnän ohjeen mukaan noudatamme lojaaliutta

työnantajaa kohtaan ja sitoudumme työyhteisön kunnioittamiseen ja yhteisiin pelisääntöihin.

Kohderyhmät, kanavat ja foorumit

Tällä strategiakaudella nostamme kohderyhmistä esiin nuoret aikuiset (18–39-vuotiaat), vapaaehtoiset ja monikulttuuriset. Nuorten aikuisten kohderyhmän sisällä huomioimme erityisesti yksinäiset, liittymistä harkitsevat, eroamista harkitsevat ja etäällä olevat.

Monikulttuuristen ryhmässä pilotoimme venäjän- ja vironkielisen viestinnän vahvistamista. Lisäksi tuotamme valikoituja sisältöjä englanniksi. Kaikessa viestinnässä pyrimme selkeään suomeen, jotta voimme paremmin tavoittaa suomen kieltä opettelevat.

Viestintään käytämme parhaiten tavoitettavia kanavia, mutta kaikissa kanavissa emme ole läsnä samalla panostuksella, vaan valitsemme kullekin kohderyhmälle tärkeimmät ja toisiaan täydentävät kanavat ja foorumit. Näitä ovat esimerkiksi jalkautuminen omalle alueelle ja yhteistyökumppaneiden tapahtumiin. Kanavat on kuvattu viestintämanuaalissa, jonka päivittämisestä vastaa viestinnän tiimi.

Keskeiset viestit eli ydinviestit

Ydinviestit nousevat strategiasta ja määrittävät, mihin teemoihin viestinnässä keskitymme. Pyrimme pitämään ydinviestejä esillä eri kanaviin ja konteksteihin sopivilla sanoituksilla ja viestinnän keinoilla. Ydinviesti on sanoma tai sisältö, jota viestintä pyrkii ilmentämään, ei slogan, toistettava lause tai teksti sellaisenaan.

Yksittäisellä kampanjalla tai tapahtumalla voi olla oma ydinviestinsä, joka välittää ja vahvistaa seurakunnan ydinviestiä.

Ydinviestimme:

Jumalan rakkaus on perustamme.

Malmin seurakunta kutsuu erilaisia ihmisiä ja jokaisen ääni tulee kuulluksi.

Seurakunta palvelee kaikkia taustasta riippumatta.

Kannamme vastuuta luomakunnasta ja kestävästä tulevaisuudesta.

Tarjoamme mahdollisuuksia vaikuttaa sekä tehdä hyvää yhdessä alueen asukkaiden ja muiden toimijoiden kanssa.

Mahdollistamme lepoa, hiljentymistä ja merkityksellisyyden kokemuksia.

Puhetapa ja visuaalinen ilme

Seurakunnan visuaalinen ilme on määritelty graafisessa ohjeistossa, jonka käyttämistä opastaa ja valvoo viestinnän tiimi. Visuaalinen ilme on saatavilla valmiina pohjina. Viestinnän sisältöjen tuottamisen tukena, osana graafista

ohjeistoa, on äänensävyä koskeva ohje, joka auttaa yksittäistä työntekijää muodostamaan seurakunnan arvoja ja viestinnällisiä tavoitteita vastaavan tyylin.

Mediasuhteet

Malmin seurakunta haluaa olla kiinnostava ja luotettava yhteistyökumppani medialle. Median kautta seurakunnan ääni kuuluu sille suurelle ryhmälle alueen asukkaita, joka ei osallistu kokoavaan toimintaan. Mediasuhteiden hoidossa korostuvat ennakkoisuus, aktiivinen yhteydenpito ja avoin, kansantajuinen viestintä. Suunnittelussa huomioimme mahdollisuuksien mukaan median kriteerit, joita ovat ajankohtaisuus, yleiskiinnostavuus, laaja merkitys, yllätyksellisyys ja muutos.

Mediasuhteiden tavoitteena ei ole vain tiedottaa tapahtumista, vaan kertoa oma-aloitteisesti merkityksellisiä tarinoita, jotka tuovat esiin kristillisen uskon, seurakunnan ja diakonian roolia ihmisten arjessa ja yhteiskunnassa.

Otamme kantaa valittuihin teemoihin ja keskusteluihin julkisuudessa. Rohkaisemme ja koulutamme työntekijöitä aktiiviseen yhteiskunnalliseen keskusteluun osallistumiseen.

Sisäinen viestintä

Sisäinen viestintä tukee strategian toteutumista, yhteistä näkyä ja oppimista, arjen sujuvuutta ja hyvää työyhteisön henkeä. Viestintä vahvistaa jokaisen kokemusta siitä, että hän kuuluu ja voi vaikuttaa.

Työyhteisöviestinnän käsikirjassa on kuvattu sisäisen viestinnän kanavat ja niiden käyttötarkoitukset.

Jokainen työntekijä, luottamushenkilö ja vapaaehtoinen on viestijä; viestinnän ammattilaisilla on koordinoiva ja tukeva rooli. Jokainen vastaa omalta osaltaan siitä, että kollegat saavat hyvissä ajoin tarvitsemaansa tietoa työn sisällöistä.

Esihenkilöiden vastuulla on varmistaa, että tärkeä tieto tavoittaa oman kotitiimin ja että työntekijät saavat tarvitsemansa tiedon ja heillä on valmiudet onnistua viestinnässä.

Kriisi- ja poikkeustilanneviestintään on laadittu kriisiviestintäsuunnitelma, joka päivitetään säännöllisesti.

Liitelista (marraskuu 2025 tilanne)

- viestintämanuaali
- kriisiviestintäsuunnitelma
- graafinen ohjeisto
- sosiaalisen median moderointiohje
- sisäisen viestinnän käsikirja