

Tähän meitä tarvitaan

Kirkko ja kaupunki -media on pääkaupunkiseudun seurakuntien merkittävin kontaktiväline seurakuntalaisiin ja laajemminkin alueen asukkaisiin. Printtimedia jaetaan jäsentalouksiin, minkä lisäksi lehden voi poimia lehtitelineistä eri puolilla kaupunkia. Median verkkosivuilla käy noin 40 000 eri kävijää viikossa. Näyttökerrat sen sosiaalisen median kanavissa lasketaan vuositasolla miljoonissa. Kirkko ja kaupunki on arvostettu media, jota seurataan muussa mediassa. Kansallisen Radiotutkimuksen (KRT Jouluradio, joulukuu 2024) mukaan Kirkko ja kaupunki -mediaan kuuluva Jouluradio oli Suomen kolmanneksi tavoittavin ja kuunnelluin kaupallinen radiokanava joulukuussa. Jouluradio säilytti paikkansa pääkaupunkiseudun toiseksi kuunnelluimpana kaupallisena kanavana. Kanava oli täällä viikkotavoittavuudeltaan miesten keskuudessa ykkönen.

Suunnittelukaudella erityisen tärkeää

Kirkko ja kaupungin panostaa keväällä 2024 hyväksytyn kanvasuunnitelmansa mukaisesti lisää verkkoon ja sosiaaliseen mediaan ja kehittää välineitä, jotka eivät ole riippuvaisia sosiaalisen median muuttuvista trendeistä. Alkuvuodesta lanseerattu oma mobiilisovellus vaatii markkinointia, vaikka kovin suuria summia tähän ei pystytäkään käyttämään. Median verkkosivut uusitaan suunnittelukauden aikana. Verkon kehittämisen ohella toinen strateginen päämäärä on painetun lehden pitäminen laadukkaana ja luettuna. Suurin uhka medialle tulee ulkopuolelta eli etenkin jakelun hintakehityksestä, sillä jaettavan postin väheneminen nostaa hintoja. Median tavoittavuuden ja vaikuttavuuden kannalta painetun lehden ilmestymismäärästä ei pitäisi enää enempää tinkiä. Jos halutaan siirtyä kuukausilehteen, sen pitäisi olla taloudellisesti kannattavaa. Keväällä 2025 tehdyn selvityksen mukaan näin ei ole, vaan jakelun yksikköhinta nousisi. Asiaa selvitetään vielä lisää.

Miten kehitämme toimintaamme, jotta mahdollistamme Kirkko Helsingissä -strategian toteutumisen? Kirjatkaa kolme konkreettista toimenpidettä vuodelle 2026 ja niiden onnistumiselle mittarit

Kaikkien alueen seurakuntayhtymien strategiat korostavat yhteyden rakentamista, vuorovaikutuksen lisäämistä ja nuorten aikuisten tavoittamista. Mediatoimitus tekee työtä näiden tavoitteiden ja sille asetettujen tehtävien suuntaisesti journalistisesti, alan eettisiä toimintaperiaatteita noudattaen. Vuosi 2026 on seurakuntavaalivuosi eli media pitää esillä vaaleja. Tässä otetaan huomioon nuorten aktivointi. Toiseksi mediatoimitus jatkaa video- ja audiotuotantonsa kehittämistä. Kolmanneksi mediatoimitus järjestää Espoon Leppävaaran seurakunnan kanssa mediapainotteisen rippikoulun, jossa nuoret tekevät sisältöjä niin printtiin kuin verkkoon. Vuoden 2026 mittareina ovat toteutuneet materiaalit, kävijämäärät ja katselukerrat.

Helsingiläisten osallisuus ja tiedolla johtaminen

Yhteinen mediatoimitus hyödyntää toimintansa suunnittelussa ja seurannassa tutkimustietoa. Vuoden 2026 aikana tehdään verkkomediaan liittyvä käyttäjätutkimus. Reaaliaikaista tietoa saadaan jatkuvasti niin verkkosivujen kuin sosiaalisen median seuraamisesta. Media seuraa tutkimustietoa, joka kertoo pääkaupunkiseudun asukkaista ja siihen liittyen seurakuntien toiminnasta. Monissa median jutuissa hyödynnetään lukijoille tehtyjä kyselyjä. Yleisönosasto on aktiivinen ja seurattu sekä printissä että verkossa.

Henkilöstö

Työyhteisökyselyn tulokset olivat yhteisessä mediatoimituksessa hyvät. Lähes kaikki tulokset olivat vuoden 2023 kyselyyn verrattuna parantuneet ja verrokkikysyksiöihin verrattuna korkeat. Hajontaakaan vastauksissa ei juuri ollut, mikä kertoo toimituksen hyvästä yhteishengestä, päämääräsuuntautuneisuudesta ja kannustavasta lähiesihenkilötoiminnasta. Kun toimitus eläköitymistien ja rekrytointien myötä hieman uusiutuu, on tärkeää huolehtia, että uudet tulokkaat otetaan hyvin vastaan. Väittämän ”minulla on hyvät voimavarat kohdata muutoksia ja uusia haasteita työssäni” keskiarvo on hieman laskenut, vaikka keskiarvo on edelleen 3,9. Työstä palautumisessa oli muita kysymyksiä enemmän hajontaa eli jaksaminen vaihtelee. Nämä asiat kertovat siitä, että henkilökunnan väheneminen ja jatkuva epävarmuus tulevasta vaikuttavat työssä jaksamiseen. Tähän on syytä kiinnittää huomiota ja tarttua asiaan herkästi, jos ilmenee väsymistä. Jotta media pystyy toteuttamaan sille asetetut tehtävät ja strategiset tavoitteet, nykyinen henkilöstömäärä on tarpeen.

Tilat ja ympäristö

Kanvasuunnitelmansa mukaisesti yhteinen mediatoimitus kehittää ennestäänkin vahvaa digimediaansa. Median nykyiset keskeiset yhteistyökumppanit eli Posti ja Sanomapaino ovat sitoutuneet hiilineutraaliuteen, paino vuoteen 2030 mennessä. Postin kaikki kuljetukset ovat hiilineutraaleja niin ikään vuonna 2030. Seurakuntien ympäristötavoitteet otetaan huomioon painatuksen ja jakelun kilpailutuksissa. Toimituksella itsellään on käytössä tila Suonionkadulla. Taloyhtiöön tehdään vuoden 2025 aikana remontti, joka parantaa tilojen energiatehokkuutta. Ympäristöaiheet ovat vahvasti esillä median aihepiireissä.