



VIESTINTÄSTRATEGIA



**KUORTANEEN
SEURAKUNTA**
SUOMEN EV. LUT. KIRKKO

Hyväksytty Kuortaneen kirkkoneuvostossa

24. 3.2026

Johdanto

Kuortaneen seurakunta on organisaatio, jonka tehtävä ja tarkoitus on palvella maailmanlaajuisista kristuksen kirkkoa, sekä edistää kristillisen uskon ja lähimmäisen rakkauden toteutumista. Seurakunta haluaa olla läsnä seurakuntalaisten arjessa auttaen ja palvelen. Seurakunnan tehtävä määritellään kirkkolain kolmannessa luvussa seuraavasti: ”Seurakunta toteuttaa kirkon tehtävää huolehtimalla jumalanpalvelusten pitämisestä, sakramenttien toimittamisesta, sekä muista kirkollisista toimituksista, kristillisestä kasvatuksesta ja opetuksesta, sielunhoidosta, diakoniasta, lähetyksestä ja muista kristilliseen sanomaan perustuvista julistus- ja palvelutehtävistä” (KL, luku 3, 1§).

Kuortaneen seurakunnan strategiassa toiminta-ajatus, visio ja arvot määritellään seuraavasti:

Toiminta-ajatus

Kuortaneen seurakunnan tarkoitus ja tehtävä on palvella kristuksen kirkkoa ja edistää kristillisen uskon ja lähimmäisenrakkauden toteutumista.

Visio

Olemme vastuullinen, rohkea ja rukoileva seurakuntayhteisö keskellä kylää. Seurakuntana haluamme olla läsnä seurakuntalaisten arjessa auttaen, palvelen ja kertoen Jumalan rakkaudesta sanoin ja teoin.

Arvot

Usko – usko ja luottamus Jumalaan antavat voimaa jokaiseen päivään.

Toivo – pidämme esillä toivoa iankaikkisesta elämästä.

Rakkaus – meidät on kutsuttu rakastamaan Jumalaa ja toisiamme.

Seurakunnan strategian kehittämisen painopistealueet vuosille 2024–2028 on nimetty seuraavasti:

- Seurakunnan strategian, toimintasuunnitelmien ja toimintakertomusten parempi yhteensovittaminen sekä tavoitteiden selkeyttäminen.
- Vapaaehtoistyön ja seurakuntalaisten vastuun lisääminen.
- Ympäristödiplomin ansaitseminen vuoden 2024 aikana ja kirkon ympäristötavoitteiden noudattaminen.
- Seurakunnan monikanavaisen viestinnän kehittäminen ja selkeän viestintästrategian luonti.
- Työntekijöiden yhteistyön ja työilmapiirin parantaminen.

Viestinnän lähtökohdat strategiakaudelle

Sisäinen viestintä on ottanut askelia eteenpäin viimeisten vuosien aikana, mutta siinä on vielä parantamista. Yksi sisäisen viestinnän kanava on Katrina-järjestelmä, josta käytössä tällä hetkellä on Katrina-kalenteri. Kalenteriin merkitään tapahtumat ja tilojen ja henkilöiden varaukset. Sinne tulee tehdä myös lehdistötiedote merkintä ”kirkollisiin” menevistä tapahtumista. Työntekijäkokoukset ovat myös sisäisen viestinnän kanavia. Samoin yhteiset kokoontumiset muissa yhteyksissä, myös vapaamuotoiset, kuten kahvihetket.

Tähän asti ulkoinen viestintä on tapahtunut pääasiassa kirkollisten uutisten ja nettisivujen kautta. Facebookin ja Instagramin käyttöä on vähitellen lisätty.

Kuortaneen seurakunnan toiminta- ja talousarviossa viestinnän ja tiedotuksen tehtävä määritellään seuraavasti: ”Tehtävänä on jakaa tietoa seurakunnan sanomasta ja toiminnasta Kuortaneella asuville viestinnän eri mahdollisuuksia käyttäen. Tehtävänä on myös kuunnella seurakunnasta nousevia signaaleja ja reagoida niihin. Lisäksi tehtävänä on tukea ja kannustaa seurakunnan työntekijöitä erityisesti verkkoviestinnässä.” Tavoitteena on viestinnän kehittäminen ja parantaminen ja keinoina viestintästrategian laatiminen ja viestintätyöryhmän työn aloittaminen. Toisena tavoitteena on monikanavaisen viestinnän kehittäminen, jossa keinoina käytetään viestinnän kehittämistä ja laadun parantamista sosiaalisen median alustoille sekä tarkemman viestintäsuunnitelman tekemisellä ja vastuun jakamisella. Pidemmän aikavälin tavoitteena on monipuolisen ja laadukkaan viestinnän tarjoaminen ja tuottaminen.

Kuortaneen seurakuntaan perustettiin viestintätyöryhmä vuoden 2025 alussa. Tähän ryhmään kuului silloin talouspäällikkö, kirkkoherra, nuorisotyönohjaaja ja varhaiskasvatuksen työntekijät. Ryhmän tarkoituksena on toteuttaa viestinnän toimintasuunnitelmassa kerrottuja tavoitteita.

Viestinnän periaatteet ja/tai arvot

Suomen evankelis-luterilaisen kirkon viestintä- ja vuorovaikutusohjelma vuoteen 2026 määrittelee seuraavaa: ”Kirkon kaikki toiminta – se mitä ja miten toimimme – välittää viestiä. Viestintä monikanavaisena vuorovaikutuksena on siis kirkon toiminnan ytimessä, ei muusta toiminnasta erillinen toiminto. Viestintä on osa jokaisen kirkon toimijan tehtävää.” Samassa ohjelmassa määritellään viestinnästä seuraavaa: Viestintä pohjautuu kirkon ydinsanomaan ja on rohkeasti kristillistä. Viestintä on tunnistettavaa, selkeää ja saavutettavaa, elämyksellistä ja oivaltavaa, ajankohtaista ja avointa, kunnioittavaa, vuoropuheluun kannustavaa ja vastavoima polarisaatiolle. Viestintä tunnistaa erilaisten kohderyhmien tarpeet ja uudistuu viestinnän kanavien ja teknologioiden kehittyessä.

Viestijöiden tehtävä on huolehtia, että arvot välittyvät kaikessa viestinnässämme ja tavassamme toimia. Näitä arvoja ovat jo aiemmin mainitut usko, toivo ja rakkaus. Viestintää ei ole vain ulkoinen viestintä, vaan myös työyhteisön sisäinen viestintä tulee tehdä samojen arvojen mukaisesti.

Sidosryhmät

Sidosryhmiä Kuortaneen seurakunnan viestinnälle ovat työntekijät, valtuutetut, Viiskunta-lehti, seurakunnan nettisivut, Kuortaneen kunta, sosiaalisen median kanavat, seurakuntalaiset ja Järviradio sekä ohjelmatoimisto HS-Solutions, joka hoitaa jumalanpalvelusten radioinnin ja tallennuksen.

Viiskunta-lehdessä ilmestyvät kirkolliset koetaan tärkeiksi pääasiassa vanhemman väen keskuudessa. Nettisivuilta kirkollisia ja tapahtumia etsitään myös ahkerasti. Facebookissa olevat saavat saman tiedon myös sieltä. Radiojumalanpalveluksia kuunnellaan sekä suorana että tallenteena. Jos jokin tallenne on jäänyt pois, siitä huomautetaan, eli tallenteet koetaan tärkeinä.

Valtuutettujen tehtävänä on pysyä selvillä seurakunnan tilanteesta, myös viestinnästä ja omalta osaltaan auttaa siinä. Valtuutetut eivätkä työntekijät saa kuitenkaan kertoa eteenpäin asioita, jotka ovat joko työyhteisön sisäisiä tai keskeneräisiä tai työntekijöiden ja valtuutettujen tai seurakuntalaisten yksityisiä asioita.

Kuortaneen kunta julkaisee Nokiposti-nimistä tiedotetta, jossa on mukana myös seurakunnan ilmoituksia. Sosiaalisessa mediassa tiedotetaan tapahtumista ja julkaistaan tapahtumien mainoksia ja tiedotteita. Tulevaisuudessa myös videoiden tekeminen otetaan työn alle.

Erilaiset julkisuudet ja omat mediat

Seurakunta on julkinen yhteisö, joka toteuttaa tavoitteitaan ja missiotaan viestinnän keinoin tehden näkyväksi kaikkea sitä, mitä kirkossa tehdään. Viestinnän rooli on tavoittaa myös heidät, joille kirkon toiminta on vieraampaa. Viestintä vaatii suunnitelmallisuutta, resursseja sekä myös ajantasaisia työkaluja ja osaamista.

Seurakunnan aiempi julkinen viestintä on ollut hajautunutta. Tavoite on lisätä suunnitelmallisuutta ja poistaa turhaa päällekkäisyyttä. Internetissä ja sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa viestintää kehitetään yhä eteenpäin ja hankitaan tietoa ja taitoa sitä tehdä. Seurakunnan viestintävastaava on talouspäällikkö, mutta jokainen henkilöstön jäsen vaikuttaa viestintään omalta osaltaan.

Seurakunnalla on olemassa yleinen Facebook-sivu, varhaiskasvatuksen Facebook-sivu sekä diakonia- ja musiikkityön Facebook-sivut. Seurakunnan Instagram-sivusto oli aiemmin enemmän nuoriso- ja varhaisnuorisotyön käytössä, mutta jatkossa sitä käytetään koko seurakunnan tiedottamiseen. Korona-aikana perustettiin sekä varhaiskasvatukselle että yleisesti seurakunnalle YouTube-kanavat, mutta niiden käyttö jäi korona-aikaan. Ne otetaan uudestaan käyttöön.

Kirkon viestijöille on perustettu yhteinen kanava – Kohti yhteistä ilmettä – jossa kirkon yhteisiä sisältöjä jaetaan yhteiseen käyttöön yhteisillä alustoilla, kuten Kirkon viestijät -Teams-ryhmässä, aineistopankissa ja Lukkarissa: parhaita käytäntöjä, esimerkkejä, malleja, valmiita materiaaleja. Kanava tarjoaa käyttöön Canvan Pro -ohjelman ainakin yhdelle seurakunnan jäsenelle. Kuortaneen seurakunnassa ainakin tällä hetkellä virassa oleva talouspäällikkö on liitetty tähän joukkoon. Canvassa tarjottavia sisältöjä voi saada käyttöönsä myös jaetun linkin kautta liittymällä Kirkon viestijät -ryhmään ja sitä suosittelimme ainakin viestintätyöryhmän jäsenille.

Viestinnän visuaaliset ja sisällölliset määrittelyt

Viestinnässä käytetään mahdollisuuksien mukaan Kohti yhteistä ilmettä -materiaalia. Kaikki viestintä tulee tapahtua myönteisessä hengessä. Sekä kasvokkain että eri kanavissa tapahtuvan viestinnän tulee olla ystävällistä. Viestinnän tulee vahvistaa mielikuvaa seurakunnasta hyvänä työnantajana. Viestinnällä vahvistetaan jäsenyyttä kertomalla uskon merkityksestä ja kirkon hyvästä työstä.

Työyhteisöviestintämme on oltava ajantasaista, vuorovaikutteista ja työhyvinvointia edistävää. Kehitämme aktiivisesti työyhteisön omaa viestintää ja esihenkilöviestintää. Avoimesti viestivä ja luontevasti keskusteleva työyhteisö voi hyvin. Vapaaehtoisten ja luottamusmiesten viestintään luodaan toimivat rakenteet ja käytännöt. Tätä on muun muassa vastuuryhmien kokousten muistioiden vieminen neuvoston kokouksiin tiedonantona. Vapaaehtoiset edustavat myös seurakuntaa vapaaehtoisena toimiessaan ja heille kuuluvat samat säännöt kuin henkilöstölle viestintää ja tiedon jakamista koskien.

Viestinnässä voi hyödyntää tekoälyä videoiden, kuvien ja käännösten teossa, se voi muun muassa analysoida, tehdä tiivistelmiä, optimoida, ehdottaa otsikoita, selkokielistää ja muotoilla tekstejä. Tekoälyn tuottamaa materiaalin oikeellisuus, tyyli ja kieli tarkistetaan ennen kuin se julkaistaan. Valtionvarainministeriöltä löytyy ohjeet tekoälyn käyttöön julkisessa hallinnossa, kuten seurakunnissa. Ohje löytyy [Tekoälyn eettiset ohjeistukset](#) -sivustolta.

Vastuut ja organisointi

Jokaisella työyhteisön jäsenellä on vastuu jakaa tietoa työyhteisössä, hakeutua yhteisen tiedon äärelle sovitussa kanavissa ja huolehtia hyvästä viestintäilmapiiristä. Kirkolliset koetaan seurakuntalaisten parissa yhä tärkeimmäksi tiedonlähteeksi seurakunnan tapahtumista ja jokainen tapahtuman järjestävä on velvollinen tiedottamaan kaikista tapahtuman pääasioista kirkollisten tekemisestä vastaavalle eli talouspäällikölle, pääasiassa Katrinan lehdistötiedotteen täyttämällä tai jollain muulla yhdessä sovitulla tavalla.

Seurakunnan viestintää johtaa kirkkoherra. Hän vastaa viestinnän suunnitelmista, kehittämisestä ja resurssoinnista ja on usein myös ykkösääni mediassa. Talouspäällikkö puolestaan vastaa tiedotuksesta ja viestinnästä virkansa puolesta. Viestintä on osa jokaisen työntekijän tehtävää, sillä he ovat oman työnsä ja oman sidosryhmänsä parhaita asiantuntijoita. Jokainen seurakunnan viran- tai toimenhaltija on velvollinen merkitsemään seurakunnan nettisivujen tapahtumakalenteriin oman työalansa tapahtumat ja pitämään oman työalansa sivut ajan tasalla.

Luottamushenkilöillä on keskeinen rooli viestinnän strategisessa ohjaamisessa ja linjaamisessa, viestinnän avoimuuden vaalimisessa ja viestinnän resurssien varmistamisessa. Luottamushenkilö myös muokkaa omalla viestinnällään mielikuvaa seurakunnasta ja kirkosta.

Seurakuntalainen on myös tärkeä viestinnän toteuttaja ja kehittäjä. Seurakuntalainen voi olla mukana tuottamassa sisältöjä esimerkiksi sosiaaliseen mediaan. Henkilökohtaisen tason viestintä on helppoa ottaa vastaan, ja se voi muokata vahvasti Kuortaneen seurakunnan identiteettiä ja mielikuvia siitä.

Resurssit

Talouspäälliköllä on viestinnän koulutusta, osin kirkon koulutuksista, osin omasta opiskelusta hankittua. Muilla henkilöstön jäsenillä ei ole koulutusta, mutta he saavat opastusta ja koulutusta viestintään niin halutessaan. Kymmenen hengen työyhteisössä viestintää ei voida asettaa vain yhden harteille, vaan siinä on toimittava yhdessä, työalarajoja rikkoen.

Viestintään käytettävissä on tietokone ja älypuhelimet ja niissä muun muassa Microsoftin ohjelmistot ja Canva sekä valokuvaus ja videokuvausmahdollisuus. Myös suullinen viestintä on tärkeässä roolissa.

Erillisohteet sekä eettiset ohjeet.

Viestintästrategiaa tehdessä on käytetty Kirkon Viestintäohjelmaa. Linkki strategiaan löytyy <https://evl.fi/plus/yhteiskunta-ja-kirkko/kirkon-viestinta/kirkon-viestintaohjelma/> Ohjelmassa määritellyjä asioita voidaan soveltaa myös yksittäisen seurakunnan viestintään.

Vuorovaikutuksesta Kirkon Viestintäohjelmassa sanotaan seuraavaa:

”Vuorovaikutusosaaminen edellyttää, että työntekijä hyödyntää dialogisuuden, viestinnän sekä ohjauksen osaamistaan monipuolisesti ja tilannetajuisesti.” Lisää voi lukea [Kirkon työntekijän ydinosaaminen - EVL Plus](#) kohdasta Vuorovaikutusosaaminen.

Jokainen kohtaaminen on viesti, jossa on mahdollisuus vaikuttaa mielikuviin uskosta ja kirkosta. Myös somessa ja julkisessa keskustelussa tarvitaan kirkon eri toimijoiden rakentavaa ääntä. Kirkon työntekijä ja seurakuntalainenkin edustavat kirkkoa ja omaa seurakuntaansa aina myös sosiaalisessa mediassa ja muussa julkisessa esiintymisessä. Tiedosta aina vastuusi viestijänä. Ole lojaali työantajaasi ja kollegoitasi kohtaan myös somessa. Arvosta työkavereiden tekemää työtä. Älä koskaan käsittele työyhteisön sisäisiä asioita julkisesti. Piispat ovat antaneet ohjeen työskentelylle sosiaalisessa mediassa. Ohje löytyy [Piispojen ohje kirkon työntekijälle sosiaalisessa mediassa | Lapuan hiippakunta](#)