

Vinkkejä piispantarkastuksen viestintään

1 Tavoitteet, roolit ja vastuut

1.1 Mistä on kyse?

Piispantarkastus on noin vuoden kestävä prosessi ja tämä viestintäsuunnitelma keskittyy lähinnä prosessin päätteenä olevaan piispan delegaation vierailuun seurakunnassa.

Tarkoituksena on auttaa seurakuntia viestimään piispantarkastuksesta niin, että paitsi seurakunnan omat kanavat tulisi hyödynnettyä, myös paikallinen media innostuisi tekemään juttua ja sitä kautta seurakunta saisi positiivista näkyvyyttä.

Viestinnän tavoitteet:

- Kertoa piispantarkastuksesta ja vierailusta seurakuntien työntekijöille, luottamushenkilöille, vapaaehtoisille ja seurakuntalaisille mahdollisimman kutsuvasti, jotta em. kohderyhmät kokisivat tapahtumat heille merkityksellisiksi ja he haluaisivat niihin myös osallistua.
- Välittää positiivista seurakuntakuvaa.
- Saada media innostumaan julkaisemaan aiheesta materiaalia. Mediaa palvellaan hyvin ja heille tarjotaan aiheita piispantarkastukseen ja vierailuun liittyen.
- Osallistaa koko työyhteisö viestimään aktiivisesti piispantarkastuksesta ja näin saada heidät ymmärtämään suunnitelmallisen viestinnän merkitys muissakin tapahtumissa ja tilaisuuksissa.

Hiippakunnan ja sen seurakuntien kaikkea viestintää ohjaa myös [Kirkon viestintäohjelma](#).

1.2 Roolit ja vastuut

Seurakunnassa on erilaisia vastuujakoja viestintään liittyen, mutta viime kädessä siitä vastaa kirkkoherra. On syytä sopia, kuka seurakunnasta on yhteyshenkilö piispantarkastuksen viestintään liittyvissä kysymyksissä.

Hänen tehtävänsä on tuottaa sisältöjä seurakunnan verkkosivuille ja sosiaalisen median kanaviin.

Viestintä on kuitenkin koko yhteisön yhteinen asia ja sen vastuunjakoja on hyvä miettiä työntekijöiden vahvuuksista ja motivaatiosta käsin.

2 Seurakunnan verkkosivut

- Seurakunnan verkkosivuille voi luoda oman sivun piispantarkastusta varten. Jos mahdollista, sivun osoite voisi olla muotoa www.esimerkkiseurakunta.fi/piispantarkastus. Tälle sivulle voi koota kaiken oleellisen piispantarkastukseen ja vierailuun liittyvän materiaalin.
- Verkkosivujen etusivulla on syytä olla linkki tai banneri, josta tälle sivustolle pääsee.
- Sisältöinä voisi olla ainakin piispan vierailun julkiset tapahtumat ja aikataulut sekä faktalaatikko piispantarkastuksesta.
- Kun luot omalle seurakunnalle Ajankohtaista-uutisia, pidä piispantarkastuksiin liittyvissä uutisissa mukana tieto, missä on lisätietoa piispantarkastuksista (oman sivun suora osoite, fb-tapahtuma jne.).
- Hakusana *piispantarkastus* Lukkari-tapahtumia luotaessa.
- Tapahtumakuvaus olisi hyvä olla mahdollisimman rikas ja siinä voi käyttää visuaalisina tehosteina mm. kuvia ja sitaatteja.
- Jos seurakunnalla on blogi, miettikää, kuka voisi kirjoittaa blogiin piispantarkastuksesta. Samoin jos seurakunnan työntekijät bloggaavat muihin blogeihin, kannattaa tarjota piispantarkastukseen tai vierailuun liittyvää aihetta seurakunnan blogisteille. Blogeissa asiasanaksi piispantarkastus.
- Jos piispantarkastuksen tapahtumia striimataan tai nauhoitetaan / lähetetään esim. Virtuaalikirkon, YouTuben, Facebookin tai muun kanavan kautta, näistäkin infot piispantarkastussivulle.

2.1 Yhteydet mediaan

Jos seurakunnalla ei vielä ole yhteystietolistaa paikallisiin medioihin, sellainen kannattaa luoda. Päivitä tätä omaa mediarekisteriäsi aktiivisesti. Piispantarkastuksesta ja etenkin vierailusta kannattaa tehdä mediatiedotteita. Ne voi julkaista ajankohtaisina uutisina seurakunnan verkkosivulla ja tapahtumasivulla. Jos seurakunnalla on oma lehti tai esim. radio-ohjelmaa, kannattaa näitä kanavia hyödyntää mahdollisimman laajasti myös piispantarkastusviestintään.

Hiippakunnasta lähetetään medioille noin viikkoa ennen piispan vierailua yleistiedote, jossa lisätiedon antajina ovat kirkkoherra ja pappisasessori. Piispan erityisavustaja laatii tiedotteen ja pyytää siihen yleensä kirkkoherralta kommentin sekä julkaisukelpoisen kuvan tarkastusseurakunnasta, tyypillisesti esimerkiksi paikkakunnan kirkosta.

Omille paikallismedioille ja / tai toimittajakontakteille kannattaa laittaa juttuvinkki piispantarkastuksesta. Siinä tarjotaan taustatietoa ja ehdotetaan toimittajalle näkökulmia ja haastateltavia. Seurakuntakohtaisesti voi miettiä, millä kiinnostavalla kärjellä lähestytään mediaa. (Esim. paneelikeskustelu, ulkoilutapahtuma, ajankohtainen vierailu tms.)

Mitä enemmän seurakunnan tiedotteessa on sellaisenaan julkaisemiskelpoista tekstiä, sitä todennäköisemmin uutinen julkaistaan. Tiedotteesta tekee uutisen se tieto, joka on jollakin tapaa merkittävä, yllättävä, kiinnostava tai ajankohtainen, parhaimmillaan kaikkea tätä. Myös hyvää kuvaa kannattaa tarjota tiedotteen yhteydessä, se saattaa olla tärkeä tekijä, kun media miettii julkaisua. Tiedotteessa kerrotaan myös piispantarkastuksen taustaa ja laitetaan linkki piispantarkastuksen sivulle, jossa tarkempaa tietoa.

Huomioi myös kaikki ns. ilmaistapahtuma -palstat lehdissä ja ilmaisissa kalentereissa (Menovinkit toimituksiin)

3 Käytössä olevat sometilit

Tässä on vinkkejä Facebookia ja X:ää ajatellen, mutta mikäli teillä on muita somekanavia (Instagram ym.), kannattaa miettiä omia tapoja tuottaa sisältöä niihin. Käytetään esim. hashtageja #piispantarkastus #Oulunpiispa #Oulunhiippakunta. Piispan sometilejä, esim. Facebookissa piispa Jukka Keskitalo, voi myös linkata @-merkkiä käyttämällä.

3.1 Facebook

Facebookissa tavoittaa hyvin seurakuntien aktiivisia jäseniä ja kirkon asioista kiinnostuneita henkilöitä.

Tapa toimia

- Voit jakaa tietoa tulevista tapahtumista ja ajankohtaisista asioista.
- Voit jakaa hiippakunnan medialle lähettämän tiedotteen, joka on myös sivulla www.oulunhiippakunta.fi/ajankohtaista.
- Piispan vierailun yleisötapahtumista voi perustaa omat tapahtumat Facebookiin ja jakaa myös tapahtuman seinällä kaiken materiaalin, mitä verkkosivuille tuotetaan.
- Mikäli verkkosivuillanne on blogi ja joku kirjoittaa siihen piispantarkastuksesta, jaetaan blogiteksti sopivalla saatteella myös Facebookissa.
- Voit jakaa hiippakunnan ja piispan Facebook-sivujen sisältöjä oman seurakunnan kanavissa. Lisäksi voit jakaa kaikki ne uutiset, joita paikalliset mediat kirjoittavat piispantarkastukseen ja vierailuun liittyen. Kannattaa kuitenkin kirjoittaa omaan seurakuntaan liittyvä, napakka saateteksti, joka auttaa lukijaa sitoutumaan sisällön lukemiseen.
- Kun keskustelu lähtee käyntiin, siihen olisi myös hyvä osallistua aktiivisesti.

- Somessa kannattaa käyttää hyviä kuvia, joissa on eläviä tilanteita, eri-ikäisten seurakuntalaisten kohtaamisia ja iloa, mahdollisimman läheltä kuvattuna, ei niinkään ”pönötyskuvia” tai rakennuskuvia ilman ihmisiä.
- Voit jakaa tietoa muihin paikallisiin, aktiivisiin fb -ryhmiin, jos se on tarkoituksenmukaista (esim. kulttuuritapahtumat, lapsiperheiden tapahtumat paikallisten perheiden sivustot jne.).
- Kannattaa seurata piispan vierailuviikonloppuun osallistuvien tahojen (esim. yritykset, järjestöt) viestintää ja jakaa heitä koskevia uutisia.

3.2 X

X:stä tavoittaa hyvin seurakuntien sidosryhmien aktiiviset viestijät, viranomaiset, toimittajat ja yhteiskunnalliset vaikuttajat.

Tapa toimia:

- Voit twiitata tiedotteet, jotka lähtevät medialle.
- Voit retwiitata hiippakunnan ja piispan aiheeseen liittyviä twiittejä.
- Voit seurata tahoja, jotka tavalla tai toisella liittyvät piispantarkastukseen ja verkostoitua heidän kanssaan, retwiitata heidän samaan aihepiiriin liittyviä twiittejä.
- Voit tägätä mukaan muita toimijoita twiitin aihepiiriin liittyen.

4 Vinkkejä sisällöntuotantoon

4.1 Mitä voit tehdä

- Voit postata piispantarkastuksen ja vierailun avoimista tilaisuuksista, välittää tunnelmia, kertoa uutta tietoa, välittää mielenkiintoisia sitaatteja ja hyviä kuvia.
- Viestinnän myönteinen sävy ja hyvä kieli ovat tärkeitä.
- Jos jaat linkin, mieti myös lyhyt saateteksti, jolla herätät ihmisten kiinnostuksen ja osoitat suhteen seurakunnan viestintään.
- Jos jaat mielipiteen, mainitse, minkä median lukijan mielipiteestä on kyse. Muuten mielipide voidaan tulkita seurakunnan mielipiteeksi.
- Käytä hashtageja, kun se on tarkoituksenmukaista.
- On hyvä suunnitella ja aikatauluttaa viestintää etukäteen.
- Voit etsiä persoonallisia näkökulmia ja miettiä sellaista sisältöä, josta halutaan tykätä ja jota halutaan jakaa.

4.2 Mitä et voi tehdä

- Et voi jakaa sisäistä tai luottamuksellista tietoa, esim. piispan ja työntekijöiden tapaamisen keskusteluista.
- Älä ota kuvakaappauksia median julkaisemista sisällöistä ja jaa niitä irrallaan asiayhteydestään. Etsi mieluummin jutun digiversio ja jaa sitä.
- Älä unohda organisaation näkökulmaa, vaan ymmärrä, että sisällöt palvelevat seurakunnan tavoitteita.
- Lasten kuvaamiseen niin, että lapset ovat tunnistettavia, esimerkiksi kouluvierailuilla, täytyy olla lupa. Niistä voi kysyä opettajilta.
- Toisten ottamiin kuviin täytyy olla julkaisulupa.

4.3 Aikataulusuunnitelma

1 vuosi ennen	1 kk -1 vk ennen	Piispanvierailun aikana	Piispantarkastuksen jälkeen
Khra tekee tunnusteluja kunnan ja muiden yhteistyötahojen suuntaan	Ennakkopuffia piispan vierailun yleisötapahtumista, kiinnostuksen herättämistä, tarjotaan haastateltavia paikallismedialle	Uutta tietoa, ajankohtaisia uutisia, tarkastuksen etenemisestä ja tapahtumista. Painopisteenä some.	Mikä kiteyttäisi tapahtuman annin? Kirkkoherran tai muun seurakunnan edustajan blogi? Kuvakollaasi?

Runko on karkea ja riippuu aina seurakunnan tilanteesta, resursseista ja paikallisesta ohjelmasta. Eli tämä on ennen kaikkea apuvälineeksi laadittu hahmotelma.

5 Sisäinen viestintä

Piispantarkastus valmistellaan kirkkoherran johdolla yhteisellä työskentelyllä, johon osallistuu koko työyhteisö, sen työntekijät ja vastuunkantajat. Avoin viestintä laajalla rintamalla kertoo piispantarkastuksen merkityksestä. Saamme viestinnän avulla jaettavaa kokemuksensa siitä, millaista on olla mukana piispantarkastuksessa, jolla on kristillisen kirkon alkuvaiheisiin asti ulottuva historia. Tähän ilosanomaan kelpaa kutsua mukaan seurakuntalaisiakin! Piispantarkastus huipentuu piispan vierailuun, jossa paitsi työntekijät, luottamushenkilöt ja vapaaehtoiset, myös seurakuntalaiset pääsevät tapaamaan piispaa ja antamaan oman panoksensa seurakunnan parhaaksi tms.

Lisätietoja:

Pekka Mustakallio, piispan erityisavustaja p. 040 7490 115, pekka.mustakallio@evl.fi