



Vahvistamme toivoa

Nurmijärven seurakunnan viestintäohjelma 2025 - 2027

## Sisältö

Johdanto  
Viestinnän tavoite  
Resurssit  
Viestinnän ydin  
Viestien sisältö  
Viestinnän sävy  
Visuaalinen ilme  
Pääkanavat ja kohderyhmät  
Työyhteisöviestintä  
Päätöstiedottaminen ja vaaliviestintä  
Kriisiviestintä

## Johdanto

Viestintäohjelma toimii seurakunnan viestintää ohjaavana asiakirjana ja kehittämisen työkaluna. Siinä määritellään Nurmijärven seurakunnan viestinnän keskeiset periaatteet ja tavoitteet tuleville vuosille.

Viestintäohjelman toteutuksen apuna on erillinen vuosikohtainen viestintäsuunnitelma. Siinä yksittäiset viestinnälliset toimenpiteet, tavoitteet ja mittarit on määritelty tarkemmin. Seurakunnalla on myös erilaisia viestintään liittyviä ohjeita, kuten sosiaalisen median pelisäännöt ja kriisiviestintäohje.

Viestintäohjelma perustuu seurakunnan onnistumissuunnitelmaan 2024–2028. Ohjelma on linjassa myös Suomen evankelis-luterilaisen kirkon ”Ovet auki” -viestintäohjelman kanssa.

Nurmijärvi on yksikielinen kunta. Siksi seurakunta viestii pääsääntöisesti suomeksi.

Nurmijärven seurakunnan viestintää johtaa kirkkoherra. Viestinnän työala toimii hallintopäällikön alaisuudessa. Viestintäohjelman hyväksyvät viestintätoimikunta ja kirkkoneuvosto.

## Viestinnän tavoite

Viestintä tukee seurakunnan työn merkitystä nurmijärveläisten elämässä ja välittää ilosanomaa rakastavasta Jumalasta. Viestinnän tavoite on, että jokainen seurakuntalainen kokee olevansa osallinen seurakuntayhteisössä ja aktiivinen toimija lähimmäisen parhaaksi. Viestinnän avulla seurakuntaan kutsutaan mukaan myös heitä, jotka eivät ole evankelis-luterilaisen kirkon jäseniä.

Viestintää kehitetään jatkuvasti seurakuntalaisten tarpeiden mukaan, viestinnän trendejä ennakkoiden ja henkilöstön vahvuudet huomioiden. Uusia keinoja kokeillaan rohkeasti. Yhtä rohkeasti tarvittaessa myös luovutaan vanhentuneiksi osoittautuneista tavoista.

Keskeiset Nurmijärven seurakunnan viestintää ohjaavat periaatteet ovat: avoimuus, luotettavuus ja vuorovaikutteisuus.

- Seurakuntalaisten ääni kuuluu
- Viestintä herättää halun auttaa
- Viestintä on vastavoima vastakkainasettelulle.

## Resurssit

Viestintä on lähtökohtaisesti osa kaikkea seurakunnan työtä. Siksi jokainen työntekijä tekee myös viestintää. Jokaisella työntekijällä on viestintävastuu oman työalansa toiminnasta.

Viestintätoimistossa työskentelee viestinnän asiantuntija ja viestintäsihteeri (60 %). Lisäksi yhden papin työalana on sosiaalinen media.

Viestintätoimisto opastaa ja kouluttaa henkilökuntaa viestintään liittyvissä asioissa, kuten viestintäalustojen käytössä ja visuaalisen ilmeen soveltamisessa. Tarvittaessa käytetään ulkopuolisia asiantuntijapalveluita.

Seurakunta pitää huolta viestinnän riittävästä resursseista.

## Viestinnän ydin

Nurmijärven seurakunnan viestinnän kantava teema on: "Vahvistamme toivoa"

## Viestien sisältö

Viestinnän painopistettä siirretään ohjelmakauden aikana tapahtumamarkkinoinnista henkilölähtöiseen viestintään. Tällöin viesteissä korostuvat kertomukset ja kuvat seurakuntalaisista ja työntekijöistä, asuinalueiden erityispiirteet ja yhteisöllisyys. Painopisteen muutos näkyy kaikissa viestintäkanavissa.

- Kutsumme nurmijärveläisiä Jumalan yhteyteen
- Kutsumme kantamaan vastuuta lähimmäisistä ja ympäristöstä
- Tuemme ihmisten henkistä ja hengellistä etsintää
- Nurmijärven kunnan 250-vuotisjuhluvuosi näkyy seurakunnan viestinnässä.

## Viestinnän sävy

Puhumme hengellisyydestä

- tavalla, joka koskettaa nykyihmistä
- kielellä, joka on valitulle kohderyhmälle ymmärrettävää
- teemoilla, jotka kohderyhmä kokee merkityksellisiksi.

Viestintä tapahtuu ihmiseltä ihmiselle. Siksi seurakuntaa ja sen työntekijöitä on helppo lähestyä. Nurmijärven seurakunnan viestintä tukee seuraavaa Nurmijärven kunnan tavoitetta: toimimme saman asian äärellä ja pidämme yhtä—toisistamme välittäen.

Viestimme selkeällä suomen kielellä. Puhuttelemmekin lukijaa suoraan, Tekstien sisältö on tiivis, sanat ovat ymmärrettäviä ja virkkeet riittävän lyhyitä. Kannustamme kunnioittavaan keskusteluun näkemyseroista huolimatta.

## Visuaalinen ilme

Viestinnässä noudatetaan Nurmijärven seurakunnan visuaalista ilmettä. Graafinen ohjeisto on luotu vuonna 2018 ja sitä päivitetään tarpeen mukaan. Ohjeet löytyvät seurakunnan intranetistä.

Kuvavalinnoissa korostuvat autenttisuus, totuudellisuus ja paikallisuus. Visuaalisessa ilmeessä pyritään tunnistettavuuteen ja yhdenmukaisuuteen kuitenkin niin, että julkaisut eivät näytä mainoksilta. Siksi esimerkiksi tekoälyllä luotua kuvitusta ja kaupallisia kuvapankkikuvia käytetään harkiten.

Ohjelmakauden alussa seurakunnan työntekijöitä, erityisesti sosiaalisen median sisällöntuottajia, ohjeistetaan ja koulutetaan kuvavalinnoissa ja visuaalisen ilmeen soveltamisessa.

## Pääkanavat ja kohderyhmät

Viestintä pyrkii tavoittamaan sekä seurakuntalaisia että heitä, joilla ei ole kiinteää suhdetta seurakuntaan. Eri kanavien sisältö ja lähestymistapa valitaan sen kohderyhmän mukaan, jonka kyseinen kanava parhaiten tavoittaa.

Ohjelmakauden alussa toteutetaan tutkimus viestinnän tavoittavuudesta ja seurakuntalaisten odotuksista viestintää kohtaan. Tavoitteena on luoda realistinen pohja tulevalle päätöksenteolle, jossa eri viestintäkanavien keskinäistä osuutta ja niihin käytettäviä resursseja arvioidaan.

Myös uusien, erityisesti sähköisten, viestintäratkaisujen käyttöönottoa selvitetään. Tavoitteena on, että seurakunnan viestit tavoittavat myös ne 25 % talouksista, jotka tällä hetkellä jäävät seurakunnan painetun viestinnän ulkopuolelle.

Tietoa viestinnän tavoittavuudesta kerätään seuraavista lähteistä:

- Verkkoanalytiikka Matomo (mitä tietoa seurakunnasta etsitään)
- Meta Business Suite (sosiaalisen median julkaisujen kiinnostavuus)
- Nurmijärven seurakuntaviesti -lehden lukijatutkimus (lukijaprofiilit)
- Työyhteisön kyselytutkimus (sisäisen viestinnän kehitystarpeet)

### 1. Verkkosivut

Lähes kaikkien seurakuntien verkkosivut uudistuvat merkittävästi vuosien 2025—2027 aikana. Nykyisestä Lukkari-alustasta luovutaan ja tilalle otetaan todennäköisesti WordPress-julkaisujärjestelmä. Muutos koskee myös Nurmijärven seurakuntaa.

Vaikka nykyinen järjestelmä onkin jo elinkaarensa päässä, Nurmijärven seurakunnan verkkosivujen kehittämistä jatketaan. Kehityksen painopisteitä ohjelmakauden aikana ovat:

- Sisällöissä, ulkoasussa ja käytettävyydessä otetaan huomioon korostunut mobiilikäyttö
- Nurmijärven seurakuntaviestissä julkaistut artikkelit saavat enemmän näkyvyyttä myös verkkosivuilla.
- Tietojen ajankohtaisuus ja oikeellisuus varmistetaan entistä paremmin.

Pääkohderyhmänä ovat kaikki nurmijärveläiset. Verkkosivut tavoittavat myös seurakunnan toiminnasta ja päätöksenteosta kiinnostuneet ihmiset valtakunnallisesti.

Jokainen työala vastaa omista osioistaan verkkosivuilla. Työntekijöitä koulutetaan tapahtumailmoitusten tekemisessä.

## **2. Nurmijärven Seurakuntaviesti**

Journalistisesti toimitettu Seurakuntaviesti on nurmijärveläisille tärkeä kontakti seurakuntaan.

Seurakuntaviesti on ilmestynyt vuosittain 4–6 kertaa. Ilmestymistiheyttä ja lehden sivumäärää tarkistetaan vuosittain. Lehden sisältöä kehitetään jatkuvasti mm. lukijapalautteen mukaisesti.

Lehti jaetaan osoitteettomana kaikkiin niihin nurmijärveläisiin talouksiin, jotka eivät ole kieltäneet mainosjakelua.

Lehti julkaistaan myös näköislehtenä verkkosivuilla. Näköislehden luettavuutta eri päätelaitteissa parannetaan.

- Lehden päätoimittajana toimii viestinnän asiantuntija
- Lehden toimituskunta koostuu työntekijöistä ja vapaaehtoisista
- Kaikki työalat ovat mukana suunnittelemassa lehden sisältöä.

## **3. Sosiaalinen media**

Sosiaalisessa mediassa tehdään hengellisesti koskettavaa sisältöä, jossa otetaan huomioon sekä eri asuinalueiden että eri viestintäalustojen ominaispiirteet. Samalla rakennetaan yhteenkuuluvuutta yhteiseen Nurmijärven seurakuntaan. Viesteissä välittyvät ihmisten kasvot ja ajatukset.

- Facebookin pääkohderyhmänä ovat yli 50-vuotiaat
- Instagramin pääkohderyhmänä ovat millenniaalit
- Muita sosiaalisen median alustoja otetaan käyttöön kokeillen.

Sisältöä tuottavat eri työmuodot ja kirkkopiirit.

## **4. Paikallismediat**

Seurakunta julkaisee Nurmijärven Uutisissa ilmoituksia mahdollisuuksien mukaan. Ilmoitusten sisältöä ja formaattia kehitetään. Tavoite on lisätä ilmoitusten huomioarvoa ja kiinnostavuutta mm. lisäämällä visuaalisuutta.

Liike- ja toimintakeskusten kanssa tehdään sopimuksia sähköisten infotaulujen käytöstä. Muita paikallismedioita, kuten tienvarsitauluja ja bussien mainosnäyttöjä käytetään eri

kampanjoissa tarpeen mukaan. Yhteistyömahdollisuuksia Nurmijärven kunnan ja muiden kumppanien kanssa etsitän.

Viestinnän työala vastaa ilmoitusten sisällöstä, ulkoasusta ja julkaisuaikataulusta. Se välittää myös juttuvinkkejä paikallismedioihin. Ilmoitusten sisällön tuottamiseen osallistuvat kaikki työalat.

## **Työyhteisöviestintä**

Sisäisen viestinnän pääkanava on seurakunnan intranet, Nintra. Viestintätoimisto ylläpitää ja kehittää seurakunnan työyhteisön viestintäosaamista ja viestintäkanavia. Työyhteisöviestinnän rinnalla kehitetään myös luottamushenkilöviestintää.

## **Päätöstiedottaminen ja vaaliviestintä**

Hallinnollisista päätöksistä viestitään sekä ennakoivasti että jälkikäteen seurakunnan verkkosivuilla. Keskeisistä päätöksistä kerrotaan myös sosiaalisessa mediassa.

Tavoitteena on

- tehdä päätöksenteosta läpinäkyvää
- tehdä seurakunnan hallintoa tutuksi
- lisätä tietoisuutta seurakuntalaisten vaikuttamismahdollisuuksista
- Lisätä kiinnostusta ryhtyä ehdokkaaksi seurakuntavaaleissa
- Nostaa äänestysprosenttia seurakuntavaaleissa.

Päätöstiedotteiden julkaisemisesta vastaavat viestinnän työala ja seurakuntatoimisto.

## **Kriisiviestintä**

Kriisiviestintäkynnys ylittyy ja kriisiviestintä käynnistyy heti, kun voidaan perustellusti olettaa, että jokin uhkaa seurakunnan mainetta tai turvallisuutta. Kriisiviestintää toteutetaan niin, että kaikkia kriisin osallisia suojellaan. Nurmijärven seurakunnan kriisiviestintäohjeissa on tarkemmat ohjeet viestinnän hallinnasta kriisitilanteessa.

Kriisitilanteissa viestinnästä vastaa kirkkoherra. Jokaisen työntekijän vastuulla on olla yhteydessä työalansa lähiesihenkilöön kriisiviestintää vaativassa tai mahdollisesti vaativassa tilanteessa.