

Viestinnän kokonaisuus ja viestintäpastorin tehtäväkuva

Sisällysluettelo:

1.	Johdanto	2
1.1	Viestinnän nykyaikainen perusta	2
2.	Miksi juuri pappi viestinnän tehtävään?	2
2.1	Millaista osaamista uudelta viestintäpastorilta tarvitaan?	3
2.2	Viestintäpastorin mahdollisia työtehtäviä	3
3	Rekrytoinnin painotukset	4
4	Teologisia perusteluja viestintäpastorin tehtävälle	4

1. Johdanto

Seurakunnan toimintaympäristö on muuttunut nopeasti. Ihmisten tapa kohdata yhteisöjä, etsiä merkitystä, osallistua keskusteluun ja muodostaa luottamusta tapahtuu yhä enemmän verkossa, sosiaalisessa mediassa ja erilaisten digitaalisten sisältöjen kautta.

Viestintä ei enää tarkoita ensisijaisesti tiedottamista, vaan:

- yhteisön rakentamista
- vuorovaikutuksen mahdollistamista
- merkitysten luomista yhdessä
- seurakunnan läsnäoloa ihmisten arjessa
- kirkon näkyvyyttä siellä, missä ihmiset jo ovat

Nykyinen viestintäkäsitys korostaa, että viestintä ei ole irrallinen tukitoiminto vaan osa kaikkea seurakunnan toimintaa, johtamista, hengellistä elämää ja kohtaamista.

1.1 Viestinnän nykyaikainen perusta

Viestintä ei ole yksisuuntaista tiedottamista

Perinteinen malli, ei ole enää tätä päivää

- seurakunta tuottaa viestin
- ihmiset vastaanottavat sen

Nykyaikainen viestintäkäsitys (esim. CCO-ajattelu / Communication Constitutes Organization):

Yhteisö syntyy viestinnässä

- identiteetti, luottamus ja osallisuus rakentuvat vuorovaikutuksessa
- ihmiset eivät ole vain yleisöä vaan osallistujia
- seurakunnan olemus näkyy siinä, miten se kommunikoi ja kohtaa

Tämä tarkoittaa käytännössä:

- läsnäoloa ja keskustelua
- saavutettavuutta
- monikanavaisuutta
- jatkuvaa vuorovaikutusta

1. Miksi juuri pappi viestinnän tehtävään?

Viestintäpastorin tehtävä ei olisi vain tekninen tai markkinoinnillinen.

Tehtävän ytimessä olisi:

- teologinen tulkinta nykyajassa
- hengellisen sisällön sanoittaminen ymmärrettävästi
- kirkon äänen tuominen julkiseen keskusteluun
- yhteisöllisyyden rakentaminen
- digitaalinen kohtaaminen

Pappi kykenee:

- yhdistämään hengellisen työn ja viestinnän

- tulkitsemaan kristillistä sanomaa nykykulttuurissa
- toimimaan seurakunnan kasvoina myös digitaalisissa ympäristöissä
- rakentamaan luottamusta persoonallisen läsnäolon kautta

2.1 Millaista osaamista uudelta viestintäpastorilta tarvitaan?

2.1.1 Sisällöntuotanto

- kyky tuottaa kiinnostavaa ja laadukasta sisältöä
- videoiden, podcastien ja some-sisältöjen ideointi ja toteutus
- esiintymis- ja kameratyöskentelytaidot

2.1.2 Sosiaalisen median ymmärrys

- ymmärrys eri alustojen toimintalogiikasta
- kyky rakentaa vuorovaikutusta eikä vain julkaista tiedotteita
- kyky tavoittaa erityisesti nuoria ja nuoria aikuisia
- valmius osallistua ajankohtaisiin keskusteluihin

2.1.3 Tuottajahenkisyys

- oma-aloitteisuus
- projektien koordinointi
- kyky kehittää uusia toimintatapoja
- yhteistyö eri työalojen kanssa

2.1.4 Strateginen viestintäosaaminen

- ymmärrys siitä, että viestintä liittyy kaikkeen seurakunnan toimintaan
- kyky auttaa koko henkilöstöä viestimään paremmin
- kyky rakentaa seurakunnan yhteistä identiteettiä ja näkyvyyttä

2.1.5 Teologinen ja hengellinen osaaminen

- kyky sanoittaa uskoa nykykielellä
- hengellinen herkkyyys
- ymmärrys kirkon roolista yhteiskunnassa

2.2 Viestintäpastorin mahdollisia työtehtäviä

- seurakunnan digitaalisen näkyvyyden kehittäminen
- podcastien ja videosisältöjen tuottaminen
- sosiaalisen median kokonaisuuden koordinointi
- hengellisten sisältöjen tuottaminen verkkoon
- seurakunnan tapahtumien näkyvyyden vahvistaminen
- työntekijöiden tukeminen viestinnässä
- osallistuminen kriisi- ja mediaviestintään
- uusien osallistumisen tapojen kehittäminen
- verkossa tapahtuva kohtaava seurakuntatyö

2.3. Strateginen hyöty seurakunnalle

Viestintäpastorin tehtävä voi:

- vahvistaa seurakunnan saavutettavuutta
- tavoittaa uusia ihmisiä
- madaltaa osallistumisen kynnyistä
- lisätä yhteisöllisyyttä
- vahvistaa kirkon näkyvyyttä alueella
- tukea koko seurakunnan toimintaa
- rakentaa myönteistä ja uskottavaa kirkon julkikuvaa

Kyse ei ole vain viestinnästä, vaan seurakunnan tulevaisuuden toimintakyvystä muuttuvassa yhteiskunnassa.

3 Rekrytoinnin painotukset

a) Rekrytoinnissa olisi hyvä painottaa:

- näyttöjä monikanavaisesta viestinnästä
- kykyä esiintyä ja kohdata ihmisiä verkossa
- sosiaalisen median osaamista
- kykyä tehdä yhteistyötä
- kehittämisorientoitunutta työtettä
- hengellisen työn ja viestinnän yhdistämistä
- valmiutta kokeilla uusia toimintamuotoja

b) Eduksi voidaan katsoa:

- podcast- tai videotuotannon osaaminen
- visuaalisen viestinnän ymmärrys
- kokemus yhteisöjen rakentamisesta verkossa
- mediakokemus

c) Lopuksi

Seurakunnan viestintä ei ole enää vain tiedon välittämistä, vaan osa seurakunnan olemusta, kohtaamista ja lähetystehtävää.

Siksi viestintäpastorin tehtävä olisi strateginen investointi:

- seurakunnan näkyvyyteen
- yhteisöllisyyteen
- hengelliseen saavutettavuuteen
- tulevaisuuden työhön

4 Teologisia perusteluja viestintäpastorin tehtävälle

a) Kirkon perustehtävä on viestinnällinen

Kristinuskon ytimessä on sanoma, joka on tarkoitettu jaettavaksi, eletäväksi ja välitettäväksi. Siksi viestintä ei ole kirkossa irrallinen tukitoiminto, vaan osa kirkon olemusta ja tehtävää.

b) Inkarnaation näkökulma: kirkon tulee olla siellä, missä ihmiset ovat

Kristillisen uskon keskeinen ajatus on inkarnaatio: Jumala tuli ihmisten keskelle heidän maailmaansa, kieleensä ja todellisuuteensa.

Samalla tavoin myös kirkon tehtävä on olla läsnä siellä, missä ihmiset elävät arkeaan — nykyään myös digitaalisissa ympäristöissä.

c) Kirkko yhteisönä, ei vain instituutiona

Uudessa testamentissa kirkkoa kuvataan Kristuksen ruumiina ja yhteisönä, jossa ihmiset elävät suhteessa toisiinsa.

Nykyaikainen viestintäajattelu tukee tätä ymmärrystä:

- yhteisö syntyy vuorovaikutuksessa
- osallisuus rakentaa sitoutumista
- kuulluksi tuleminen vahvistaa yhteyttä

Seurakunnan viestintä ei siis ole vain tiedon jakamista, vaan yhteyden rakentamista.

d) Paavalin esimerkki: viestin sanoittaminen kuulijoiden maailmaan

Apostoli Paavali sovitti tapansa puhua erilaisille ihmisille ja erilaisiin kulttuureihin:

”Kaikille olen tullut kaikeksi, pelastaakseni edes muutamia.”

(1. Kor. 9:22)

e) Digitaalinen kohtaaminen voi olla aitoa kohtaamista

Monille ihmisille ensimmäinen kosketus seurakuntaan tapahtuu nykyään digitaalisessa ympäristössä.

Näissä hetkissä voi syntyä lohtua, yhteyttä ja kokemus nähdyksi tulemisesta.

Siksi digitaalinen viestintä ei ole seurakunnan toiminnan “mainostamista”.