



**KIRKKO ESPOOSSA<sup>+</sup>**  
**KYRKAN I ESBO**

**Viestintäohjelma**  
**Kommunikationsprogram**  
**2017-2021**

**Armo**

**Oikeuden-**  
**mukaisuus Osallisuus**

**Nöd Rättvisa**  
**Delaktighet**

Viestintäohjelma on hyväksytty yhteisessä kirkkovaltuustossa 25.1.2017

Espoon seurakuntien viestintäpalvelut 2017

Kuvat: Tussitaikurit

Paino: Next Print Oy

*Programmet har godkänts i gemensamma kyrkofullmäktige 25.1.2017*

*Esbo församlingars kommunikationstjänster 2017*

*Illustrationer: Tussitaikurit*

*Tryckeri Next Print Oy*



# Espoon seurakuntien viestintäohjelma 2017-2021

## 1. Viestintäympäristön muutos

Viestintäympäristön muutos jatkuu voimakkaana. Viestinnän välineet ja kanavat kehittyvät jatkuvasti. Selkeä pitempiaikainen trendi on mobiiliviestinnän jatkuva ja voimakas kasvu. Myös visuaalisuuden ja liikkuvan kuvan merkitys korostuu. Samaan aikaan viestintä henkilöityy ja tarinallistuu. Median käyttötavat ja kanavat eriytyvät: Eri ikäpolvet hyödyntävät mediaa merkittävässä määrin eri tavoin.

Mediapuolella verkkouutisoinnin nopeus on johtanut jatkuvaan uutiskilpailuun. Mediaa kulutetaan yhä enemmän verkon kautta, mutta toisaalta kuluttajat ovat edelleen haluttomia maksamaan verkkouutisista. Tämä on tuottanut mediayhtiöille vaikeuksia ansaintalogiikan kanssa. Printtimedian suosion lasku on johtanut myös jakelun osalta hinnankorotuksiin, mikä puolestaan on entisestään vaikeuttanut perinteistä mediatuotantoa. Uutiskilpailu on vaikuttanut myös siihen, että tieto tarjoillaan sirpaleina ja väärää tietoa joudutaan korjaamaan jälkeenpäin. Tästä johtuen tasapuoliselle, perustellulle tiedolle ja journalismille on yhä suurempi tarve. Tämä kaikki vaikuttaa myös seurakuntien yhteisen median tuottamiseen.

Sosiaalinen media on haastanut perinteisen median asemaa. Massamedia ei ole enää ainoa tapa saada viestiään laajaan tietoisuuteen. Esimerkiksi bloggaajilla ja tubettajilla on yhä suurempi vaikutus omien kohderyhmiensä parissa. Sosiaalinen media on seurakunnille ennen kaikkea mahdollisuus.

Seurakuntien viestintä taistelee tilasta ja huomiosta erittäin kalliisti tuotetun sisällön kanssa; toisaalta huomiota voi saada myös hyvin edullisilla toteutuksilla. Onnistumisen kannalta olennaista on aitous ja ajatus. Seurakuntien viestinnässä tarvitaan kuitenkin jatkossa nykyistä enemmän markkinointiosaamista.

Digitaalisen viestinnän merkityksen kasvaessa yhteiskunnassa on myös heitä, joilla ei ole pääsyä sähköisiin medioihin. Viestinnässä tulee ottaa huomioon myös heidät, jotka eivät käytä verkkoa.

## 2. Espoon seurakuntien viestinnän perusteet

Espoon seurakuntien viestintä toteuttaa Espoon seurakuntien strategiaa. Tästä käsin viestinnän tehtävänä on

- pitää esillä kristillistä uskoa, tulevaisuuden toivoa ja lähimmäisenrakkautta
- kannustaa kohtaamiseen ja vuorovaikutukseen
- tarjota elämyksiä ja herättää tunteita
- etsiä aktiivisesti uusia viestintätapoja vanhojen rinnalle tai tilalle
- antaa seurakunnista ja kirkosta todenmukainen kuva.

### **Ydinviesti:** Armoa, oikeutta, osallisuutta

Ydinviesti nousee Espoon seurakuntien arvopohjasta. Kirkko Espoossa -strategiassa arvoiksemme on määritelty armo, oikeudenmukaisuus ja osallisuus. Niihin tiivistyy seurakuntien olemassaolon ja toiminnan ydin. Seurakuntayhteisö toimii Jumalan armon välittäjänä, oikeudenmukaisemman ja armollisemman elämän ja yhteiskunnan puolesta.

### **Toimijat**

Espoon seurakuntien viestinnässä seurakuntalaiset, luottamushenkilöt ja seurakuntien työntekijät ovat kaikki keskeisiä viestinnän toimijoita.

Viestintäpalvelut vastaa seurakuntien yhteisestä viestinnästä, viestinnän rakenteista kuten seurakuntalehdistä ja verkkosivuista, yhteistyöstä muiden seurakuntayhtymien ja kirkkohallituksen kanssa sekä näiden osa-alueiden kehittämisestä ja koordinoinnista.

Seurakunnat vastaavat omasta viestinnästään. Seurakuntien tiedottajat hoitavat työkuvien mukaisesti viestinnän tehtäviä.

Jokaisella työntekijällä on viestintävastuunsa. Viestintään saa apua ja tukea viestinnän ammattilaisilta.

Seurakuntalaisella tulee on mahdollisuus viestintävastuisiin ja -tehtäviin seurakunnassaan.

Viestinnän toimikunta ohjaa Espoon seurakuntien viestintää ohjesääntönsä mukaisesti.

Kirkko ja kaupunki -medialla on oma toimituksensa. Se vastaa työstään median yhteisjohtokunnalle.

Kirkon ääni syntyy kaikkien seurakunnan jäsenten, luottamushenkilöiden ja kirkon työntekijöiden äänistä. Jokainen voi toimia omalta osaltaan kirkon äänenä yhteiskunnassa ja omassa lähiympäristössään.

### **Kohderyhmät**

Seurakuntien viestintä palvelee kaikkia seurakuntalaisia, alueen asukkaita, mediaa ja muita, jotka tarvitsevat tietoa Espoon seurakunnista.

Markkinointiviestintää kohdennetaan kampanjakohtaisesti eri kohderyhmille.

## 3. Espoon seurakuntien viestinnän tavoitela 2021

Viestintä toteuttaa omalta osaltaan Espoon seurakuntien visiota.

Vision toteutumisesta seuraa, että vuonna 2021:

**Kirkko Espoossa on näkyvä ja tunnettu osa espoolaisten arkea. Se tunnetaan aktiivisena ja ennakkoluulottomana toimijana, joka on uskollinen sanomalleen, avoin kohtaamiselle ja joka toimii uskon ja lähimmäisenrakkauten puolesta niin lähellä kuin kaukana.**

## 4. Viestinnän toimenpiteet ja linjaukset tavoitetilan saavuttamiseksi

Toimenpiteet ja linjaukset nousevat Kirkko Espoossa -vision toteuttamista ohjaavista periaatteista.

### **Puheemme Jumalasta ja tekomme ovat rohkeita, monipuolisia ja yllättäviä**

- Nostamme esiin kirkon sanomaa, arvoja ja perustoimintaa sekä seurakunnan toimijoiden asiantuntijuutta viestinnän ja markkinoinnin keinoin.
- Panostamme seurakuntien näkyvyyteen kaupungissa ja yleisötapahtumissa. Hyödynnämme näkyvyydessä Kirkko Espoossa -yhteisöilmettä yhtenäisesti ja laajasti. Etsimme uusia näkymisen paikkoja ihmisten arjesta ja kulkureiteiltä, kauppakesuksista ja liikennevälineistä.
- Tuemme kirkon arvojen mukaista ohjelmatuotantoa Kirkon Mediasäätien kautta.
- Seurakuntien viestinnässä pyrimme yllätyksellisyyteen, elämyksellisyyteen ja henkilökohtaisuuteen.
- Seurakunnat tarjoavat tukea ja kirkollisia toimituksia eri elämänvaiheisiin. Näihin liittyvät viestintämateriaalit tuotamme mahdollisimman laadukkaasti ja kohderyhmät huomioiden.
- Kohdennamme viestintää ja markkinointia selkeästi eri kohderyhmille.
- Tuemme viestinnällisesti uusia kohtaamisen tapoja ja projekteja ja teemme niissä tarvittaessa yhteistyötä oman organisaation ulkopuolisten toimijoiden kanssa.

### **Kohtaamisemme on kuuntelevaa ja kunnioittavaa**

- Kannustamme työntekijöitä toimimaan sosiaalisessa mediassa luovasti ja kokeillen. Tarjoamme siihen tarvittavaa koulutusta ja toimivat työvälineet.

- Huolehdimme siitä, että kaikissa viestintämateriaaleissa näkyy vastaanottajan kunnioittaminen.
- Tuemme lasten kristillistä identiteettiä jatkamalla Lastenkirkko-palvelun tuottamista yhdessä muiden toimijoiden kanssa. Etsimme tapoja olla läsnä myös nuorten käyttämissä medioissa relevanteilla tavoilla.
- Osallistumme kirkon yhteisiin sosiaalisen median hankkeisiin, joiden kautta voidaan yhdessä tuottaa ihmisille merkittäviä kohtaamispaikkoja ja palveluja, ja joiden tuottaminen itse ei ole taloudellisesti mahdollista tai järkevää.
- Jokainen seurakunnan työntekijä tai vapaaehtoinen on seurakunnan viesti. Sovimme hyvän kohtaamisen periaatteista.
- Kehitämme yhteistä palautejärjestelmää ja hyödynnämme tarkemmin ja kokonaisvaltaisemmin saatua palautetta.

### **Rakastamme lähimmäistä**

- Nostamme viestinnän keinoin esiin lähimmäisenrakkauden teemoja ja kannustamme vastuunkantoon sekä vapaaehtoisuuteen.
- Kannustamme työyhteisöä ja seurakuntalaisia vaikuttamaan näiden teemojen puolesta ja tarjoamme vaikuttamiseen viestinnällistä tukea.

### **Arvostamme jäsenyyttä**

- Seurakuntien jäsenille tarjoamme oman median: suomenkielisten seurakuntien jäsenille Kirkko ja kaupungin yhteisen kirkkovaltuuston hyväksymän yhteistyösopimuksen mukaisesti ja Esbo svenska församlingin jäsenille Kyrkplassen-lehden.  
Tavoitteenamme on, että vuoden 2017 alussa aloittava pääkaupunkiseudun yhteinen Kirkko ja kaupunki kasvaa jäsenille merkittäväksi mediaksi myös verkossa ja sosiaalisessa mediassa.  
Huolehdimme, että Espoon seurakunnilla on tiiviit yhteydet toimitukseen.
- Etsimme viestinnällisesti uusia tapoja jäsenten kohtaamiseen. Pidämme esillä syitä kirkkoon kuulumiseen ja siihen liittymiselle. Huomioimme myös eroamista harkitsevat ja eronneet.

- Markkinointiresursseja suuntaamme nykyistä laajemmin koko jäsenkunnalle. Tämä tarkoittaa vahvempaa panostusta myös niihin jäseniin, joiden suhde seurakuntaan on etäinen.

## Elämme luontevasti muutoksessa

- Otamme viestinnässä huomioon Espoon kansainvälistymisen ja monikulttuurisuuden: viestimme suomen ja ruotsin lisäksi laajemmin myös muilla seurakuntien työssä käytetyillä kielillä. Pyrimme tavoittamaan uusia kieliryhmiä näiden käyttämien medioiden ja sosiaalisen median kanavien kautta.
- Viestinnän kehittämisen painopiste on digitaalisessa viestinnässä ja sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisen median suunnitelmassa asetamme selkeät tavoitteet eri kanaville. Kehitämme toimintaamme entistä vuorovaikutteisempaan ja osallistavampaan suuntaan. Kutsumme seurakuntalaisia entistä vahvempaan vastuunkantoon.  
Seuraamme digitaalisen median kehitystä aktiivisesti ja kehitämme digitaalisia palveluja. Kokeilemme uusia alustoja ja välineitä ennakkoluulottomasti.
- Toimimme yhdessä seurakuntien kanssa seurakuntiin kuulumattomien tavoittamiseksi.
- Jatkamme viestinnässä määrätietoisesti yhteistyötä muiden seurakuntien, hiippakuntien ja kirkkohallituksen sekä paikallisten kumppanien kuten Espoon kaupungin kanssa.
- Otamme viestinnässä käyttöön nopeatahtisemman suunnittelu- ja arviointirytmin, joka mahdollistaa joustavamman reagoinnin.
- Tuemme viestinnällisesti seurakuntien ympäristökasvatustyötä. Painotuotteissa käytämme ympäristöystävällisiä materiaaleja ja prosesseja.

## Muita viestintään liittyviä linjauksia

### Henkilöstö

- Työyhteisöviestinnälle sovitaan yhteiset tavoitteet ja niitä tukevat toimintalinjaukset.
- Viestintäorganisaatiota kehitetään. Viestintäohjelman voimassaoloaikana etsitään mallia, miten viestintään liittyviä palveluita voitaisiin parhaiten tuottaa seurakunnille ja yhtymän viraston palveluyksiköille. Tavoitteena on hyödyntää viestinnän resursseja mahdollisimman tehokkaasti ja poistaa päällekkäistä työtä. Tarvittaessa hyödynnetään jo edellisessä viestintästrategiassa ollutta mahdollisuutta siirtää tiedottajien palvelussuhteita tai osaamista eri organisaatioyksiköiden kesken.

### Viestinnän tuloksellisuuden seuraaminen

- Viestinnän vaikutusta seurataan jatkuvasti tutkimuksin sekä muilla määrällisillä ja laadullisilla mittareilla, jotka määritellään strategiakauden alussa ja joita tarvittaessa kehitetään. Tavoitteiden saavuttamista arvioidaan toimintakertomuksen yhteydessä.
- Strategiakauden alussa toteutetaan yhteisökuvatutkimus, joka palvelee seurakuntia myös toiminnan kehittämisessä. Seurantatutkimus tehdään viimeistään ennen strategiakauden päättymistä.

### Lapset ja nuoret

- Varataan tilaa lasten ja nuorten tuottamalle sisällölle.





# Esbo kyrkliga samfällighets kommunikationsprogram för åren 2017-2021

## 1. Förändringar i verksamhetsbetingelserna

Verksamhetsbetingelserna genomgår fortsättningsvis kraftiga förändringar. Medierna och kanalerna inom kommunikationssektorn utvecklas kontinuerligt. Den fortlöpande och kraftiga ökningen av mobilkommunikationen är en tydlig långvarig trend. Även visuella aspekter och rörliga bilder har fått större betydelse. Samtidigt blir kommunikationen allt mer individcentrerad och präglad av personliga berättelser. Mediernas användnings sätt och olika kanaler diversifieras: Olika generationer använder sig av medier på mycket varierande sätt.

Den snabba nyhetspubliceringen på webben har lett till kontinuerlig nyhetskonkurrens mellan medierna. Medier används i allt större utsträckning via webben, men samtidigt är konsumenterna fortfarande ovilliga att betala för nyheter på webben. Detta har orsakat mediebolagen problem när det gäller förtjänstlogiken. Minskningen av de tryckta mediernas popularitet har även lett till prishöjningar för distributionens del, vilket ytterligare har försvårat den traditionella medieproduktionen. Nyhetskonkurrensen har också lett till att informationen fragmenteras och till att felaktig information måste korrigeras i efterskott. Av denna anledning finns det allt större behov av objektiv journalism som grundar sig på välgrundade fakta. Allt detta påverkar också församlingarnas gemensamma medieproduktion.

Sociala medier utgör en utmaning för de traditionella medierna. Massmedierna är inte längre den enda kanalen för förmedling av ett budskap till en större krets. Exempelvis bloggare och youtubare har allt större inflytande inom sina målgrupper. För församlingarna medför de sociala medierna dock framför allt nya möjligheter till kommunikation.

Församlingarnas kommunikation konkurrerar om utrymme och uppmärksamhet med mycket dyrt producerat innehåll, samtidigt som det är möjligt att få uppmärksamhet också med mycket förmånliga medel. För att nå framgång är äktheten och idén viktig. Inom församlingarnas kommunikation behövs emellertid i framtiden mer marknadsföringskunnande än för närvarande.

Även om den digitala kommunikationen ökar i betydelse, finns det dock även människor som inte har tillgång till elektroniska medier. Inom kommunikationen måste man således också uppmärksamma personer som inte använder sig av webben.

## 2. Grunderna för Esbo församlingars kommunikation

Avsikten med Esbo församlingars kommunikation är att realisera Esbo församlingars strategi. Mot denna bakgrund är syftet med kommunikationen att

- framhålla den kristna tron, framtidshoppet och kärleken till medmänniskan,
- uppmuntra till möten och växelverkan,
- erbjuda upplevelser och väcka känslor,
- aktivt finna nya kommunikationsmetoder vid sidan av eller i stället för de äldre metoderna, samt
- ge en sanningsenlig bild av församlingen och kyrkan.

**Kärnbudskap:** Nåd, rättvisa och delaktighet.

Kärnbudskapet bygger på Esbo församlingars värdegrund. I strategin Kyrkan i Esbo har nåd, rättvisa och delaktighet fastställts som våra grundläggande värden. Dessa värden utgör kärnan för församlingarnas ex-istens och verksamhet. Församlingsgemenskapen fungerar som förmedlare av Guds nåd, samt främjar ett rättvisare och barmhärtigare levnadssätt och samhälle.

## Aktörer

Församlingsmedlemmarna, de förtroendevalda och församlingarnas anställda är centrala aktörer inom Esbo församlingars kommunikation.

Enheten för kommunikationstjänster svarar för församlingarnas gemensamma kommunikation och för kommunikationsstrukturerna, såsom församlingstidningen och webbsidorna, för samarbetet med andra kyrkliga samfälligheter och med Kyrkostyrelsen samt för utvecklandet och koordineringen av dessa delområden.

Församlingarna svarar för sin egen kommunikation. Församlingarnas informatörer sköter uppgifter som hänför sig till kommunikationen i enlighet med sin arbetsbeskrivning.

Varje anställd har ett kommunikationsansvar. Experter tillhandahåller hjälp och stöd vid kommunikationen.

Församlingsmedlemmar ska kunna bära ansvar för och sköta uppgifter som hänför sig till församlingarnas kommunikation.

Kommunikationskommissionen svarar i enlighet med sitt reglemente för styrningen av Esbo församlingars kommunikation.

Kirkko ja kaupunki har en egen redaktion. Redaktionen ansvarar för sitt arbete gentemot den gemensamma direktionen.

Kyrkans röst består av alla församlingsmedlemmars, förtroendevaldas och anställdas röster. Var och en kan för sin del göra kyrkans röst hörd i samhället och i sin egen närmiljö.

## Målgrupper

Församlingarnas kommunikation betjänar alla församlingsmedlemmar, stadens invånare och andra som behöver information om församlingarna i Esbo.

Marknadsföringskommunikationen inriktas med hjälp av kampanjer till olika målgrupper.

### 3. Mål för Esbo församlingars kommunikation år 2021

Kommunikationen bidrar till att realisera visionen för Esbos församlingar.

Då visionen realiseras innebär det att kyrkan i Esbo år 2021 är

**en synlig och bekant del av esbobornas vardag och känd som en aktiv och fördomsfri aktör som är trogen sitt budskap och öppen för möten samt främjar tron och kärleken till med-människan, såväl nära som långt borta.**

### 4. Åtgärder och riktlinjer för uppnående av målen

Åtgärderna och riktlinjerna bygger på de principer som styr realiseringen av visionen i strategin Kyrkan i Esbo.

#### Vi presenterar Gud på ett frimodigt, mångsidigt och överraskande sätt i ord och gärning.

- Med hjälp av kommunikation och marknadsföring lyfter vi fram kyrkans budskap, värden och grundläggande verksamhet samt församlingarnas sakkunskap inom olika sektorer.
- Vi satsar på att göra församlingarna synliga i staden och vid offentliga evenemang. Vi använder oss på ett enhetligt sätt av den gemensamma framtoningen för Kyrkan i Esbo. Vi strävar efter att finna nya platser där vi kan bli synliga i människors vardag, längs med färdleder, i köpcentra och i samfärdsmedel.
- Vi stöder via Kyrkans Mediestiftelse produktionen av program som är förenliga med kyrkans värden.
- Församlingarnas kommunikation ska ha en överraskande, upplevelsemässig och personlig prägel.
- Församlingarna tillhandahåller stöd och svarar för de kyrkliga förrättningarna

i olika livsskederna. Vi producerar högklassigt material om dessa tjänster, med beaktande av målgrupperna.

- Vi riktar tydligt in kommunikationen och marknadsföringen till olika målgrupper.
- Med hjälp av de medel som hör till kommunikationen främjar vi etableringen av nya sätt att möta människor samt nya typer av projekt, och samarbetar i detta syfte vid behov med aktörer utanför vår egen organisation.

#### Vårt bemötande är lyssnande och respektfullt

- Vi uppmuntrar de anställda att på ett kreativt och experimentellt sätt vara verksamma i sociala medier. Vi erbjuder behövlig utbildning och lämpliga arbetsredskap för detta.
- Vi ser till att respekten för mottagaren präglar all kommunikation.
- Vi stöder barns kristna identitet genom att fortsättningsvis upprätthålla tjänsten Lastenkirkko tillsammans med andra aktörer. Vi strävar efter att finna relevanta sätt att använda oss också av de medier som är populära bland ungdomar.
- Vi deltar i sådana gemensamma projekt som kyrkan genomför i sociala medier och som det inte i ekonomiskt avseende skulle vara möjligt eller förnuftigt att tillhandahålla på egen hand. Genom dessa projekt kan vi tillsammans erbjuda människor viktiga mötesplatser och tjänster.
- Alla församlingsanställda och frivilliga medarbetare bär ett budskap om församlingen. Vi avtalar om principerna för goda möten.
- Vi utvecklar vårt gemensamma responssystem och tillgodogör oss den inkomna responsen noggrannare än förut.

#### Vi visar kärlek till vår nästa

- Med de metoder som hör till kommunikationen framhåller vi frågor som berör kärleken till medmänniskan samt uppmuntrar till ansvar och frivilligarbete.
- Vi uppmuntrar arbetsgemenskaperna och församlingsmedlemmarna att främja dessa frågor och erbjuder kommunikativt stöd för deras påverkansarbete.



## Vi värdesätter medlemskapet

- För församlingsmedlemmarna produceras en egen tidning: de finskspråkiga församlingarnas medlemmar får Kirkko ja kaupunki, i enlighet med det samarbetsavtal som gemensamma kyrkofullmäktige godkänt, och medlemmarna i Esbo svenska församling får Kyrkpressen. Vår målsättning är att huvudstadsregionens gemensamma tidning Kirkko ja Kaupunki, som lanseras i början av år 2017, ska bli ett viktigt medium för medlemmarna också på webben och i sociala medier. Vi ser till att Esbos församlingar har nära kontakter till redaktionen.
- Vi strävar efter att finna nya sätt att bemöta våra medlemmar inom ramen för kommunikationen. Vi framhåller olika orsaker till att ansluta sig till och höra till kyrkan. Vi tar också hänsyn till dem som överväger att utträda eller har utträtt ur kyrkan.
- Marknadsföringsresurserna ska i större utsträckning än för närvarande riktas till hela medlemskåren. Detta innebär en kraftigare satsning också på de medlemmar som har ett distanserat förhållande till församlingen.

## Vi anpassar oss till förändringar

- I kommunikationen tar vi hänsyn till internationaliseringen och pluralismen i Esbo: Vi kommunicerar förutom på finska och svenska i allt större utsträckning också på de andra språk som används i församlingarnas arbete. Vi strävar efter att nå nya språkgrupper via de massmedier och sociala medier som grupperna använder.
- Tyngdpunkten vid utvecklandet av kommunikationen ligger vid digital kommunikation och sociala medier. I planen för vår verksamhet i sociala medier uppställer vi tydliga mål för olika kanaler. Vi utvecklar vår verksamhet så att den blir allt mer interaktiv och involverar fler människor. Vi kallar församlingsmedlemmar att bära ett allt större ansvar för kommunikationen. Vi följer aktivt de digitala mediernas utveckling och vidareutvecklar våra digitala tjänster. Vi testar fördomsfritt nya plattformar och redskap.
- Vi samarbetar med församlingarna i syfte att nå människor som inte hör till någon församling.

- Inom kommunikationen fortsätter vi att målmedvetet bedriva samarbete med andra församlingar och stift, med Kyrkostyrelsen och med lokala aktörer, såsom Esbo stad.
- Vi tar i bruk en snabbare planerings- och utvärderingsrytm inom kommunikationen, vilket möjliggör flexibla reaktioner.
- Vi stöder församlingarnas miljöfostran med de medel som hör till kommunikationen. Vid framställningen av tryckt material används miljövänliga material och processer.



## Övriga riktlinjer för kommunikationen

### Personal

- Gemensamma målsättningar och riktlinjer ska fastställas för arbetsgemenskapens interna kommunikation.
- Kommunikationsorganisationen ska utvecklas. Under kommunikationsprogrammets giltighetstid strävar man efter att finna en modell för hur de tjänster som hänför sig till kommunikationen bäst kan tillhandahållas församlingarna och de olika enheterna vid samfällighetens ämbetsverk. Målsättningen är att så effektivt som möjligt utnyttja de resurser som hänför sig till kommunikationen samt att eliminera överlappande arbete. Vid behov ska man använda sig av möjligheten att överföra informatörernas anställningsförhållanden och kunnande mellan olika enheter inom organisationen. En sådan möjlighet gavs redan i den förra kommunikationsstrategin.

### Uppföljning av kommunikationens resultat

- Kommunikationens effekter följs kontinuerligt upp med hjälp av undersökningar och olika kvantitativa och kvalitativa indikatorer, vilka fastställs i början av strategiperioden och därefter vid behov justeras. Verksamhetsberättelsen innefattar en utvärdering av hur väl målen uppnåtts.
- I början av strategiperioden genomförs en imageundersökning, som också betjänar församlingarna vid utvecklandet av deras verksamhet. En uppföljningsundersökning ska genomföras innan strategiperioden löper ut.

### Barn och unga

- Vi reserverar utrymme för innehåll som produceras av barn och unga.

[www.esponseurakunnat.fi](http://www.esponseurakunnat.fi)  
[www.esboforsamlingar.fi](http://www.esboforsamlingar.fi)