



Lukkari tyyliopas

8.9.2025

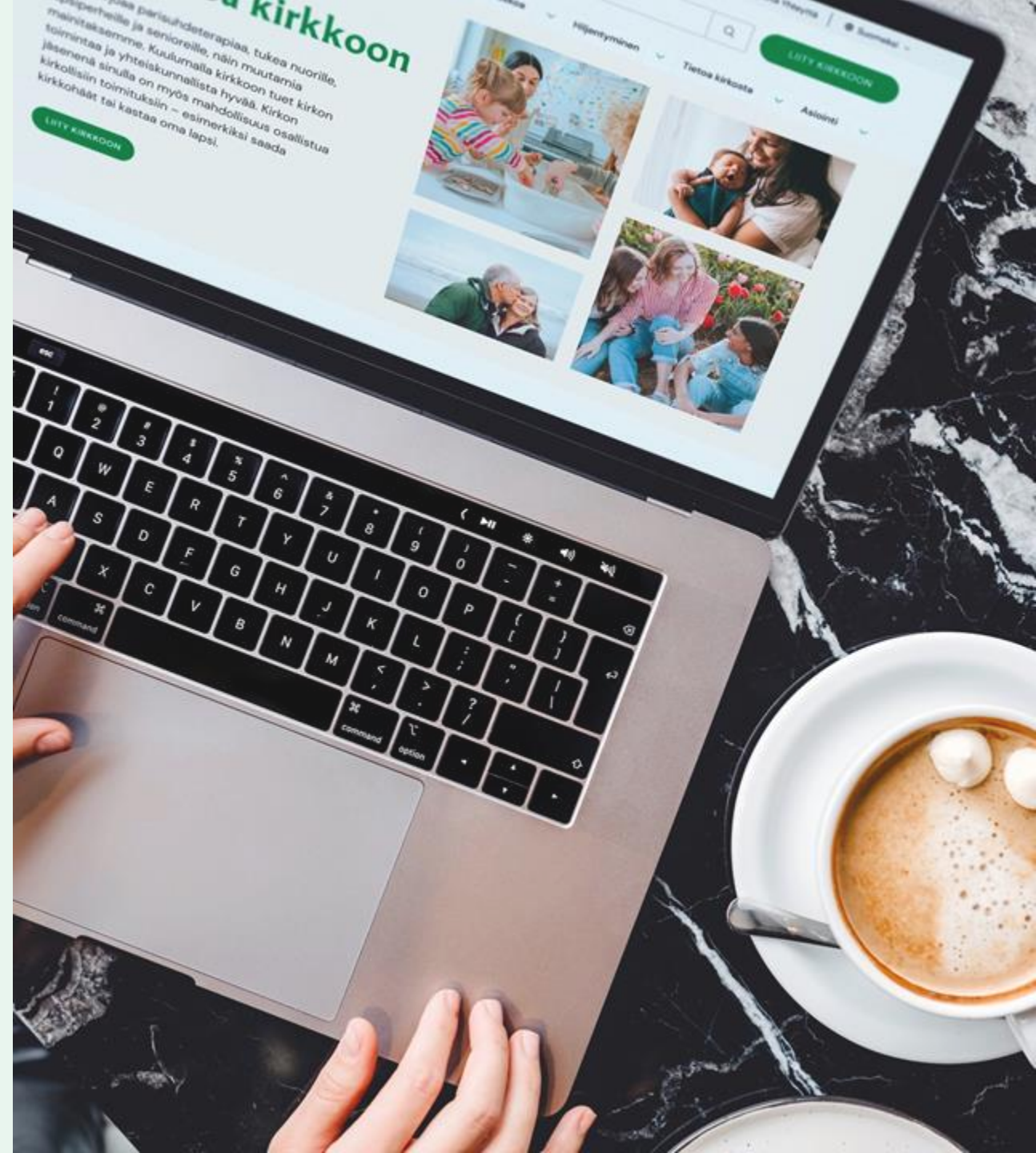
Sisältö

1. Sisältöstrategian tavoitteet
2. Kohderyhmä
3. Teemat
4. Puhetapa –linjauksia sisällöntuotantoon
5. Visuaalinen tyyli –linjauksia kuvamaailmaan (valokuvat ja kuvitukset)
6. Sisällöntuotanto prosessina

Mihin tyyliopasta tarvitaan?

Tyyliopas ohjaa Lukkarin sisällöntuottamista ja kehittämistä. Tyyliopas auttaa varmistamaan, että viestintä seurakuntien sivuilla on johdonmukaista.

Tyyliopas sisältää myös sisältöstrategian, joka on johdettu evl.fi sisältöstrategiasta.



Sisältöstrategian tavoitteet: mitä haluamme saavuttaa sisällöllä?

Viestinnän keinoin haluamme vahvistaa tunnetta siitä, että kirkko on läsnä ihmisen arjessa ja juhlassa merkityksellisellä tavalla ja kirkon jäsenyys koetaan arvokkaaksi. Haluamme myös lujittaa ja monipuolistaa kokemusta kirkon jäsenyydestä, ja että jäsenyys on yhä selvemmin tietoinen valinta

Eryteisesti millenniaalikohderyhmässä tavoittelemme myös sitä, että millenniaalit kokevat kasteen merkityksellisenä asiana, ja haluavat tuoda lapsensa kasteelle.

Seurakuntien verkkosisältöjen myötä haluamme vahvistaa millenniaalien tulevaisuususkoa. Kirkon ydinviestiä mukailleen myös seurakuntien verkkosisällössä näkyy ja kuuluu toivo: kirkko tukee ja tuo turvan sekä luottamuksen siihen, että elämä kantaa.

Palvelulupaus*

Kirkko on helposti lähestyttävä hengellinen yhteisö, joka on osa ihmisten arkea merkityksellisellä tavalla. Kirkosta saa halutessaan turvapaikan ja tuomme esiin tapoja, miten omaa kristillisyyttä voi arjessa toteuttaa.

* *Palvelulupaus vastaa kysymykseen: miten me autamme ihmisiä saavuttamaan omat tavoitteensa paremmin.*



Kohderyhmät

Keitä tavoittelemme?

Pääkohderyhmä

Lukkarin sisältöstrategiassa pääkohderyhmä on 25-45 – vuotiaat ”uteliaat” millenniaalit.

Tämä pohjautuu:

- kirkon Ovet auki –strategiaan
- meneillään oleviin kehityshankkeisiin (Millenniaalien kirkko)
- kirkon tulevaisuusvaliokunnan mietintöön.



Millenniaali-Laura

Kuka

35-vuotias utelias ja avomielinen kulttuurikristitty Laura, joka kuuluu kirkkoon, mutta yhteys kirkkoon on löyhä. Lauran yhteys kirkkoon syntyy lähinnä perinteen (on aina kuuluut kirkkoon) ja kirkollisten toimitusten (häät, kaste jne.) kautta. Laura ei osallistu aktiivisesti kirkon toimintaan.

Uskonto ei ole Lauran elämän keskiössä. Syy kirkon jäsenyyteen juontaa perinteestä ja jäsenyys koetaan merkitykselliseksi erityisesti kirkon tekemän yhteiskunnallisen hyvän ansiosta (kirkon tarjoama tuki heikompiaisille, ympäristöasiat) sekä mahdollisuudesta osallistua kirkollisiin toimituksiin. Laura näkee hyvänä asiana myös sen, että halutessaan hän voisi käyttää kirkon palveluita, kuten vaikkapa parisuhdeneuvontaa.

Lauran palvelupolkuja

- Toimitukset: Avioliittoon vihkiminen, kaste, kummius
- Asiointi: Avioliiton esteiden tutkinta, virkatodistuksen tilaus

Mitä?

Armollisuuden viestiä ja kokemusta: Itsetuntemukseen (tunnetaidot jne.) sekä kasvatukseen liittyvät sisällöt kiinnostavat. Ruuhakavuosi-kiireiden keskellä ”minälempeät” sisällöt sytyttävät.

Toivo: Tulevaisuususkon vahvistaminen. Kirkko tukee ja tuo turvan sekä luottamuksen siihen, että elämä kantaa.

Vaikuttavuutta ja vaikuttamista: Yhteiskunnallisesti Laura odottaa kirkolta heikompien puolustamista (arvokeskustelu) ja tukemista (esim. diakoniatyö).

Miksi tämä on tärkeää?

Keskitymme erityisesti millenniaalien (~1981-1996 syntyneet) tavoittamiseen, koska aktiivijäsenten keski-ikä nousee ja kasteiden määrä vähenee vauhdilla.

- Hiljentymisen sisällöt
- (Apua ja tukea):
- (Toiminta)

Laura

35-vuotiaan Lauran perheeseen kuuluu miesystävä ja tämän 6 ja 9-vuotiaat lapset. Laura haaveilee perheenisäyksistä ja mahdollisesti avioliiton solmimisesta. Laura asuu pienessä 35 000 asukkaalla kaupungissa omakotitalossa.

Ilonaiheet

Estetiikka on Lauralle tärkeää ja hän inspiroituu mm. sisustamisesta, matkailusta ja hyvästä ruoasta. Yhteisen pöydän ääreen kokoonnutaankin usein perheen ja ystävien kesken.

Laura palautuu ja rauhoittuu luonnossa ja tekeekin melkein päivittäin kävelyretken metsään joko yksin podcasteja kuunnellen tai ystävän kanssa rupertellen. Kävelyretket päättyvät usein paikalliseen kahvilaan iltapäiväkahville tai iltateelle.

Kipupisteet

Uusperheen dynamiikka aiheuttaa välillä kitkaa. Laura haaveilee myös omista biologisista lapsista, mutta toistaiseksi toive ei ole vielä toteutunut.

Laura työskentelee itsenäisenä yrittäjänä markkinoinnin parissa ja välillä häntä huolestuttaa jatkuuko oma työtilanne vakaana.

Maailmantilanne herättää myös laajemmin huolta tulevasta; ympäristökriisi, ukrainan sota ja nuorten pahoinvointi ovat asioita, joita kotonakin käsitellään vanhemman lapsen kanssa. Välillä Laura huomaa myös miettivänsä, uskaltaako tällaiseen maailmaan lisätä lapsia toivoakaan.

Toisella paikkakunnalla asuvat äidin puolen isovanhemmat eivät enää oikein pärjää yksin kotona ja Laura kokee avuttomuutta tilanteen edessä. Tuntuu, että itsekin pitäisi pystyä auttamaan enemmän, mutta kiireinen arki ei useinkaan anna tähän myöten. Isovanhempien ongelmien myötä Laura on alkanut miettimään myös omien vanhempien ikääntymistä uudella tavalla.

Mikä puhuttelee?

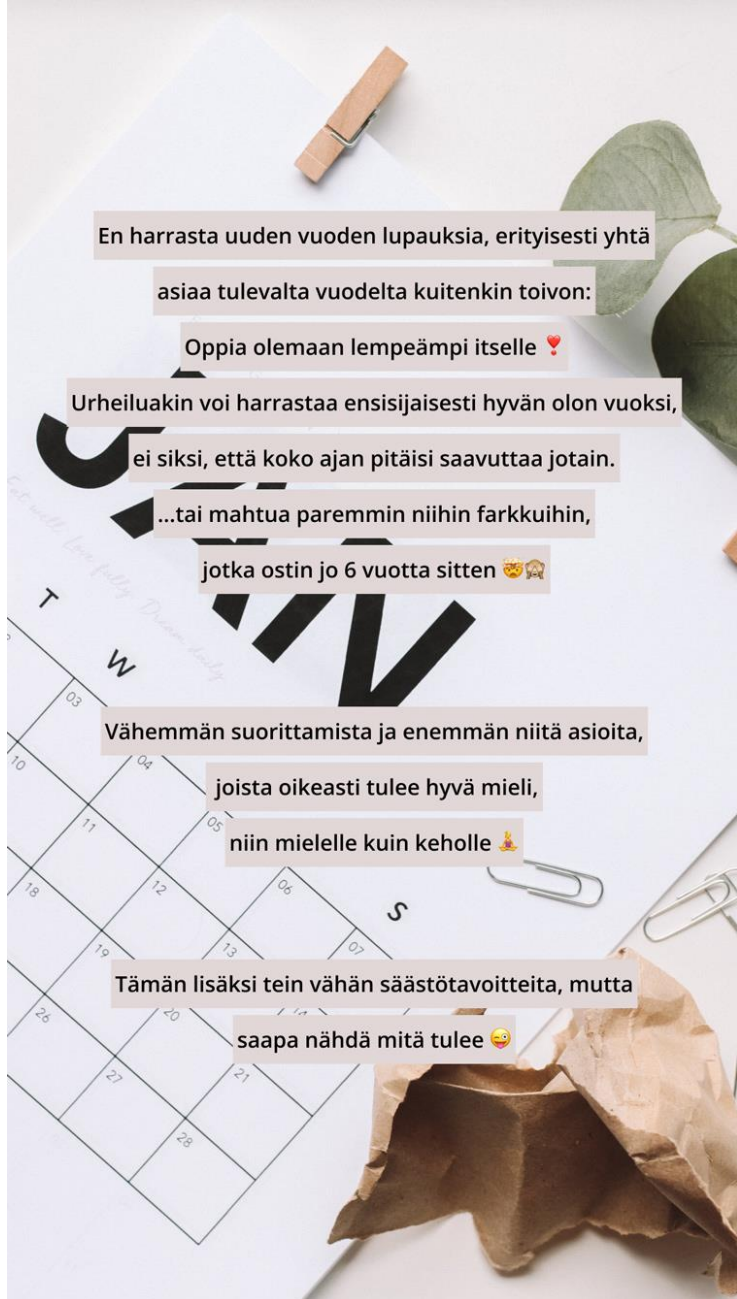
Hyvinvointi on Lauralle tärkeää ja puhtia elämäänsä hän hakee mm. lenkkipolulta, joogasta ja kuntosalilta. Omaa terveyttä ja hyvinvointia Laura monitoroi niin älysovelluksella kuin kaupallisten terveyssovellusten avulla.

Laura seuraa paljon terveyttä-, liikunta- ja henkistä hyvinvointia –käsittelyä sisältöjä somessa. Lapsihaaveiden käsittelyyn Laura on saanut tukea muutamaa samankaltaista tilannetta läpikäyvää vaikuttajaa seuraamalla sekä verkon vertaistukiryhmistä.

Mahdollisuudet

Lauraa kiinnostaa omaan elämäntilanteeseen ja henkiseen hyvinvointiin ja kasvuun liittyvät sisällöt. Useimmiten Laura päätyy näiden sisältöjen pariin sosiaalisen median kautta. Laura nappaa vaikutteita somefiidistään, joten hänen seuraamillaan vaikuttajilla ja ystävillä on aika suuri vaikutus siihen, mihin uusiin sisältöihin Laura somessa tarttuu.

Uskonto ei ole Lauran elämän keskiössä, mutta Lauran mielessä kirkkoon liittyy positiivisia asioita, kuten kirkon tekemä yhteiskunnallinen hyvä, ilmastotyö ja tradition vaaliminen. Laura kokeekin, että kirkon jäsenyydellä hän tukee näitä arvokkaita asioita.



En harrasta uuden vuoden lupauksia, erityisesti yhtä

asiaa tulevalta vuodelta kuitenkin toivon:

Oppia olemaan lempeämpi itselle 💖

Urheiluakin voi harrastaa ensisijaisesti hyvän olon vuoksi,

ei siksi, että koko ajan pitäisi saavuttaa jotain.

...tai mahtua paremmin niihin farkkuihin,

jotka ostin jo 6 vuotta sitten 🤔👖

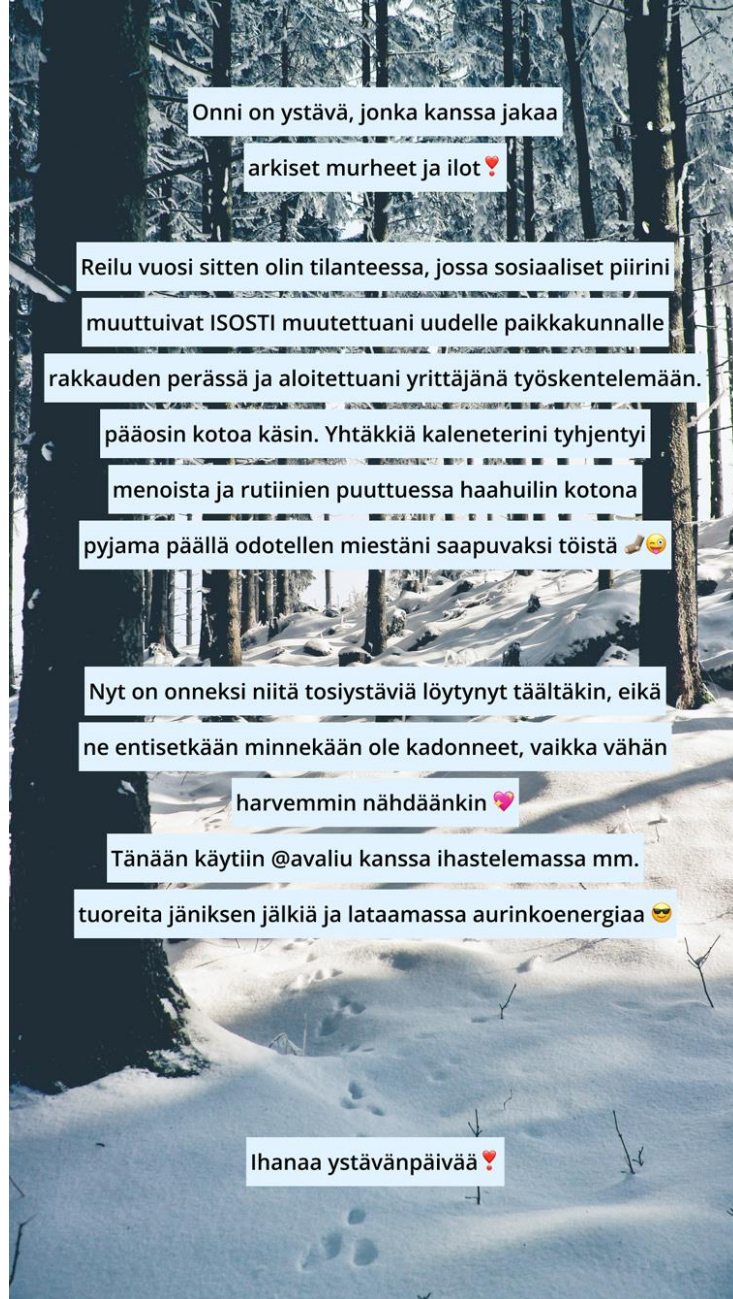
Vähemmän suorittamista ja enemmän niitä asioita,

joista oikeasti tulee hyvä mieli,

niin mielelle kuin keholle 🙏

Tämän lisäksi tein vähän säästötavoitteita, mutta

saapa nähdä mitä tulee 🤔



Onni on ystävä, jonka kanssa jakaa

arkiset murheet ja ilot 💖

Reilu vuosi sitten olin tilanteessa, jossa sosiaaliset piirini

muuttuivat ISOSTI muutettuani uudelle paikkakunnalle

rakkauden perässä ja aloitettuani yrittäjänä työskentelemään.

pääosin kotoa käsin. Yhtäkkiä kaleneterini tyhjentyi

menoista ja rutiinien puuttuessa haahuilin kotona

pyjama päällä odotellen miestäni saapuvaksi töistä 🤔

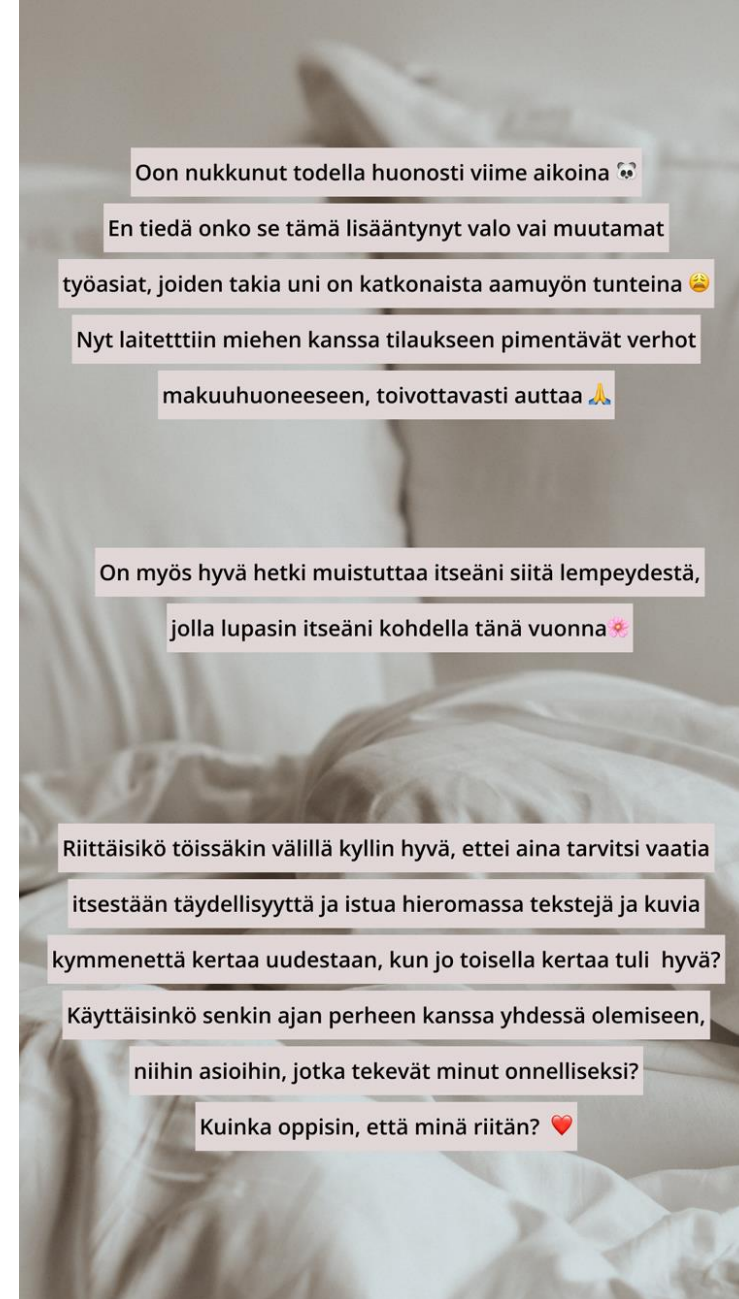
Nyt on onneksi niitä tosiystäviä löytynyt täältäkin, eikä
ne entisetkään minnekään ole kadonneet, vaikka vähän

harvemmin nähdäänkin 💖

Tänään käytiin @avaliu kanssa ihastelemassa mm.

tuoreita jäniksen jälkiä ja lataamassa aurinkoenergiaa 🤔

Ihanaa ystävänpäivää 💖



Oon nukkunut todella huonosti viime aikoina 🤔

En tiedä onko se tämä lisääntynyt valo vai muutamat
työasiat, joiden takia uni on katkonaista aamuyön tunteina 🤔

Nyt laitettiin miehen kanssa tilaukseen pimentävät verhot
makuuhuoneeseen, toivottavasti auttaa 🙏

On myös hyvä hetki muistuttaa itseäni siitä lempeydestä,
jolla lupasin itseäni kohdella tänä vuonna 🌸

Riittäisikö töissäkin välillä kyllin hyvä, ettei aina tarvitsi vaatia
itsestään täydellisyyttä ja istua hieromassa tekstejä ja kuvia
kymmenettä kertaa uudestaan, kun jo toisella kertaa tuli hyvä?

Käyttäisinkö senkin ajan perheen kanssa yhdessä olemiseen,
niihin asioihin, jotka tekevät minut onnelliseksi?

Kuinka oppisin, että minä riitän? 💖

Toissijainen kohderyhmä

Seurakuntasivustojen suuri käyttäjäryhmä on ”uskolliset”, joista haluamme pitää kiinni jatkossakin.



Uskollinen Sari

Kuka

Sari 56 v. nainen, joka ei osallistu kirkon toimintaan, mutta maksaa kirkollisveronsa. Saria voisi kuvata varovaiseksi ja vakaaksi ja hän arvostaa taloudellista turvallisuutta ja pysyvyyttä. Sari käy harvemmin kuin kerran kuukaudessa kirkossa. Seurakunnan sivuilla hän käy satunaisesti (mobiililla) ja etsii sieltä hengellistä sisältöä sekä lohtua ja näkökulmia silloin, kun elämässä on vaikeaa tai kun hän kaipaa hiljentymistä. Hän ei välttämättä hae vastauksia uskonopillisista kysymyksistä, vaan ennemminkin rauhoittavaa ja toivoa tuovaa sanomaa, joka tukee hänen arkeaan.

Sareja löytyy eri puolilta Suomea, eikä kohderyhmä rajoitu tiettyyn maantieteelliseen alueeseen.

Sarin palvelupolkuja

- Hiljentyminen
- Etusivu (Päivän sana)

Mitä?

Hengellistä sisältöä: rukousta, rukousaiheita, Jumalan sanaa, vaihtuvuutta hengellisiin sisältöihin, Päivän sana

- Uutisia ja ajankohtaisia asioita
- Lohtua, tukea, toivoa
- Lapsille ja nuorille sisältöä, mistä nuoret saa apua
- Avoimia työpaikkoja

Miksi tämä on tärkeää?

Seurakuntasivustojen suuri käyttäjäryhmä on perinteisesti muodostunut ”uskollisista”. Pidetään heistä kiinni myös jatkossa.

- (asiointi)

Teemat, joilla pyrimme puhuttelemaan pääkohderyhmää

Mistä puhumme?

Vaikuttavuus: seurakunta tekee hyvää

Sisällön tavoite:

Tehdä vaikuttava työ näkyväksi ja kertoa mitä kaikkea hyvää kirkossa ja seurakunnissa tehdään.

Mitä?

- Kerrotaan, mitä hyvää muutosta seurakunta tavoittelee ja mitä kaikkea hyvää tehdään eri tasoilla – paikallisesti, yhteiskunnassa ja yksilön elämässä – sekä eri elämänvaiheissa ja tilanteissa, kuten lasten, nuorten, perheiden ja vanhusten parissa.
- Tuodaan esiin inhimillinen ja taloudellinen vaikuttavuus: konkreettiset luvut, teot ja paikalliset esimerkit.
- Kerrotaan aikaansaaduista vaikutuksista ja vaikuttavuudesta tarttuvasti (avainluvut, tarinat, havainnollistaminen: näin maksamallasi kirkollisverolla tehtiin hyvää jne.)

Miksi tämä on tärkeää?

- Kirkkoon kuulumisen syyt nuorilla aikuisilla ovat muuttuneet: kirkkoon kuulutaan vaikka hengellinen side olisi löyhä, sillä verovarot nähdään yhteiskunnalliseen hyvään ja hyväntekeväisyyteen panostamisena (Noren 2021).
- Tuomalla esiin vaikuttavuutta, vahvistetaan niitä teemoja, joiden tukemisen kohderyhmät kokevat tärkeäksi ja lisätään ylpeyttä kuulua kirkkoon

Kutsu toimia (CTA)

- Liity kirkkoon (tue hyvää)
- Lahjoita
- Tule mukaan vapaaehtoistyöhön

Juhlat ja hautajaiset

Viestimme avaa kirkkovuoden pyhien ja kristillisten perhejuhlien merkityksen nykypäivän ihmiselle. Tarinoiden kautta herätetään kiinnostusta aihetta kohtaan ja kutsutaan mukaan seurakunnan omiin tapahtumiin.

Sisällön tavoite:

Tradition tekeminen eläväksi. Kirkko ja paikallinen seurakunta on läsnä elämän suurissa juhlissa ja kipeissä muutosvaiheissa.

Välitetään tunne siitä miten elämän suuret ja pienemmätkin juhlat tulevat merkityksellisiksi, kun niitä vietetään arvokkaissa puitteissa ja traditioita vaalien.

Mitä?

Opettavasta sisällöstä kohti omakohtaista, inspiroivaa ja osallistavaa. Annetaan esimerkkejä ja vertaistarinoita kuinka viettää kristillistä juhlaa eri tilanteissa:

- Haluatko tietää/ haluatko kertoa lapsellesi mistä joulussa on kysymys tai miksi adventtina sytytetään kynttilät (kuvitettuna). 3 erilaista joulua, vinkkejä joulunviettoon lapsiperheille, yksinäisille (paikallisuus) jne.

- Arjen (ja hakukoneen avuksi) muisti ja todo-listoja: järjestätkö kastejuhlan, kuinka valmistautua omiin hautajaisiin. Paikalliset ohjeet (tilat, henkilöt jne.)
- Toimituksen kulku visuaalisesti esiteltynä
- Seurakunnan omat tilaisuudet ja tapahtumat: miten näitä juhlia vietetään omassa seurakunnassa, annetaan mahdollisuus löytää ja omaksua perinteet, jotka muuten voisivat jäädä etäisiksi.

Miksi tämä on tärkeää?

- Kirkko edustaa traditiota ja kulttuurista pysyvyyttä, jonka kohderyhmä kokee yhteiskunnallisesti tärkeäksi asiaksi: kirkkohäät, kaste, joulukirkko ja hautajaiset ovat suomalaisia perinteitä, joiden ylläpidosta kirkko pitää huolen (Noren 2021).
- Annetaan mahdollisuus löytää ja omaksua kirkon traditiot ihmisille joille ne ovat jääneet etäisiksi

Kutsu toimia (CTA)

- Ohjaaminen paikallisten ajankohtaisten aktiviteettien ja palveluiden pariin

Apua ja tukea

Tuemme ja lohdutamme niin kriiseissä kuin pienemmissäkin arjen ongelmissa. Hyödynnämme digitaalisuuden tuomat mahdollisuudet myös tukityössä.

Sisällön tavoite:

Kirkastaa kirkon tarjoaman avun ja tuen muodot. Madalletaan kynnystä löytää ja hyödyntää sekä seurakunnan että valtakunnallisesti kirkon tarjoamia tuen muotoja.

Mitä?

Tuodaan esiin vastauksia ihmisten aitoihin kysymyksiin. Kerrotaan sekä paikallisesta että valtakunnallisesta tarjoamasta: parisuhdeterapia, päihdetyö, rikoksen uhrien auttaminen ja muu kirkollisverolla tehty hyvä.

Miksi tämä on tärkeää?

- Yhteiskunnan palveluiden ja tukimuotojen ruuhkautuessa kirkon avun piiriin hakeutuu todennäköisesti myös sellaisia ihmisiä, jotka muutoin eivät aktiivisesti kirkon sisältöjä käytä. Tämä tarjoaa ihmiselle mahdollisuuden myös pohtia, haluaisiko liittyä kirkon jäseneksi, ellei ole jäsen ennestään.
- Ihmisen, jolle kirkon tai oman seurakunnan palvelut eivät ole ennestään tuttuja, on voitava helposti löytää ja ymmärtää sopivat tukipalvelut ja samaistua niihin esimerkiksi vertaistarinoiden kautta
- Kirkon rooli yhteiskunnallista hyvää tuottavana tahona on asia, jota halutaan tukea jäsenyyden kautta, vaikka suhde hengellisyyteen voi olla löyhä (Noren 2021). Tällöin asiaa voidaan lähestyä brändimielikuvan rakentamisen kautta, vahvistetaan niitä teemoja, joiden tukemisen kohderyhmät kokevat tärkeäksi.

Kutsu toimia (CTA)

- Löydä itsellesi sopiva tuki ja hyödynnä se
- Tule mukaan tukijaksi

Hiljentyminen

Toiminnallinen ja kehollinen

Sisällön tavoite:

Tarjota kristillistä hengenravintoa tavalla, johon millenniaalin on helppo samaistua ja tarttua: rauhoittumista kiireen keskellä, pysähtymistä tunteiden äärelle.

Mitä?

Teologisen sisällön rikastaminen niin, että se tuntuu kohderyhmän edustajasta merkitykselliseltä. Tapoja voi olla esim:

- henkilövetoisuus, vertaistarinat
- ammattitaitoinen psykologinen kulma
- myös muoto on tärkeää. Esimerkiksi tekstivoittoiset hartaudet voidaan toteuttaa audiomuotoisina (kts. esim. <https://www.kirkkojakaupunki.fi/huokaarukous>)

Ei opeteta tai saarnata, vaan muistetaan ihmisen rooli etsijänä.

Tarjotaan kristilliset eväät oman maailmankatsomuksen pohdintaan. Tavoitteena on avartaa kristillisen identiteetin käsitettä niin, ettei ihmisen tarvitse epäillä, onko hän riittävän kristitty, jotta hän kuuluu joukkoon.

Miksi tämä on tärkeää?

Hyvinvointikulttuurin vahvistuminen on Norenin (2021) tutkimuksessa nostettu yhdeksi tärkeimmäksi nuorten aikuisten arkea mullistavaksi muutosvoimaksi. Hyvinvoinnin merkitys näkyy myös hengellisyyden saralla. Henkisyiden tehtävänä ei ole ruokkia taivastoivoa, vaan rauhoittaa ja toimia itsereflektoinnin kanavana. Hengellisyys ja henkisyys on tavoitteista vapaata, villiä ja kesyttämätöntä maaperää, joka toimii vastapainona muun elämän suorituskeskeisyydelle ja rationaalisuudelle. Hengellisyys on vahvasti kokemuksellista ja tapahtuu tässä ja nyt.

Trendi: uskonnollisuus on laskussa – hengellisyys on nousussa. Yli puolet 25-34 vuotiaista naisista identifioi itsensä uskonnosta etäänntyneiksi mutta samalla hengellisiksi ihmisiksi, joita kiinnostaa pyhät ja yliluonnolliset asiat. (Uudistunut hengellisyys webinaari, 2022)

Koska nuorten aikuisten usko ja hengellisyys ei ole kovin tarkasti määritelty ja hengellisyyteen suhtaudutaan avoimuudella ja uteliaisuudella, on nuorten aikuisten elämässä tilaa erilaisille hengellisyyden kokemuksille (Noren 2021). Vaikuttamispyrkimykseen suhtaudutaan kuitenkin kielteisesti (Uudistunut hengellisyys webinaari, 2022).

Uskosta ja elämästä

Pohtiva, teologinen, filosofinen

Sisällön tavoite:

Uskosta ja elämästä -osiossa tarjotaan vastauksia elämän suuriin kysymyksiin ja ytimelle annetaan muoto, kieli ja tavat, joihin millenniaalin on helpompi tarttua. Kristinuskon perusteet esitetään tiiviisti jolloin ne toimivat avaajana keskusteluun merkityksistä, jossa uskoa tutkitaan teologisten pohdintojen kautta.

Mitä?

Tarjoaa näkökulmia elämän tärkeisiin kysymyksiin, jotka liittyvät usein yksilölliseen pohdintaan minuudesta, sen kehittymisestä ja kaiken olemassaolosta:

- Onko millään mitään merkitystä? Miksi minä olen minä? Mistä kaikki on alkanut? Mihin kaikki on menossa? Mitä kuoleman jälkeen tapahtuu?
- Vältetään kädenlämpöistä otetta ja tyhjiä korulauseita sekä uskontokirjamaista esitystapaa. Muistetaan että ihmiset etsivät vastauksia esimerkiksi kuoleman jälkeiseen elämään liittyvissä kysymyksissä.

- Aiheita, joihin ei ole yhtä selkeää näkemystä, voidaan käsitellä tuomalla esiin eri näkökulmia, esimerkiksi teologiien vuoropuheluna. Tämä tekee sanomasta elävämpää ja mielenkiintoisempaa sekä muistuttaa siitä, että kirkko on moniääninen: on yksi ydinsanoma, mutta monta tapaa ilmaista se. Samaan kirkkoon mahtuu erilaisia ajattelutapoja, joita yhdistää usko Kolmiyhteiseen Jumalaan.

Miksi tämä on tärkeää?

Uskontokirjamainen opettava sisällön esitystapa ei tutkimusten valossa puhuttele millenniaaleja, sillä Jumalanpalvelukset, rukoukset ja teologiapuhe vieraannuttavat nuoret aikuiset kirkon piiristä, jollei niitä koeta omiksi. Kirkollinen sanasto ei usein tavoita nuorempien kaipaamia hengellisyden muotoja. Kirkon uskonnollisuus koetaan instituutiomaiseksi ja jäykäksi, eikä sen koeta palvelevan omia tarpeita”.(Noren 2021) Jäykällä kielellä ja opettamisella luodaan tunne siitä, että jäseniltä vaaditaan tiettyyn muottiin asettuvaa uskonnollisuutta, jolloin on vaarana että kirkon jäsenyys tuntuu väärältä kun oma hengellisyden kokemus ei vastaa kirkon oletettua normia.

Ilmastotekoja

Supersivu*

Sisällön tavoite:

Terävöitämme ekologista ja sosiaalista vastuullisuutta kirkon toiminnassa. Pidämme vahvasti esillä näkökulmaa lasten mukanaan tuomasta tulevaisuudesta. Nostamme itse tärkeitä arvoja muita teemoja esiin.

Mitä?

- Kirkko on laatinut Ilmasto-ohjelman, joka antaa teologisia lähtökohtia ja käytännön suosituksia ilmastotalkoisiin. Ilmasto-ohjelman keskeisiä lähtökohtia ovat kiitollisuus, kunnioitus ja kohtuus. Ohjelman mukaan kristinusko on vastavoima kulutuskulttuurille, ja kirkon tulee arvioida oman toimintansa ilmastovaikutuksia.
- Kirkon energia- ja ilmastostrategian tavoitteena on hiilineutraali kirkko vuoteen 2030 mennessä.
- Ylläpidämme toivoa ihmisten elämässä ja yhteiskunnassa.

Miksi tämä on tärkeää?

- Millenniaalien ja Z-sukupolven arvomaailmassa korostuvat vastuullisuus, tulevaisuuden toivo ja konkreettinen toiminta paremman maailman puolesta. Ilmastokriisi, luontokato ja sosiaalinen eriarvoisuus ovat kysymyksiä, jotka herättävät heissä sekä huolta että halua vaikuttaa. Kirkon uskottavuus ja merkityksellisyys rakentuvat pitkälti sen kyvystä vastata näihin huoliin teoilla, jotka ilmentävät kristillistä toivoa, oikeudenmukaisuutta ja yhteistä vastuuta luomakunnasta.
- Millenniaalit eivät sitoudu instituutioon perinteen vuoksi, vaan arvojen ja tekojen yhteyden kautta. Kirkon hiilineutraaliustavoitteet ja ilmasto-ohjelma voivat toimia tärkeinä signaaleina siitä, että kirkko haluaa olla osa ratkaisua – ei osa ongelmaa. Vastuullinen kirkko on myös yhteisö, jossa elämän merkityksellisyys yhdistyy toivoon siitä, että tulevaisuudessa on suunta – ja että sitä rakennetaan jo nyt, yhdessä.

* *Supersivuilla nostetaan tärkeitä teemoja ja suosittuja sisältöjä rikkaammin esille. Supersivujen avulla myös erilliset kampanjasivut (kuten esim. kaste.fi) voidaan tuoda osaksi evl.fi –sivustoa*

Asiointiin ohjaaminen

Supersivu

Sisällön tavoite:

Tehdä seurakunnan asiointipalvelut helposti löydettäviksi ja ymmärrettäviksi. Ohjata ihmisiä varaamaan toimituksia ja palveluita suoraan verkossa ja kertoa selkeästi, mitä kaikkea asiointin kautta voi hoitaa. Vähennetään epäselvyyksiä ja madalletaan kynnystä ottaa yhteyttä seurakuntaan.

Tavoitteena on myös saada kiinni satunnaiset sivustolla vierailijat ja herättää heissä kiinnostusta houkuttelevan sisällön avulla sekä opastaa kävijää niin, että asiointi sujuu ja mahdolliset väärinymmärrykset minimoidaan.

Mitä?

- Asiointisivuilla tavoitamme niin nykyistä jäsenkuntaa, kuin kirkkoon kuulumattomiakin: jäsenyyden pohtiminen voi olla ajankohtaista, esim. kirkkohäiden vuoksi. Viestin pitää tällöin olla houkuttelevaa, kutsuvaa ja tehdä päätöksenteko helpoksi.
- Palvelupolut tulee esitellä selkeästi ja niin, ettei toimeen tarttuminen tunnu ylivoimaiselta (esim. kirkkoon kuulumattoman kastamattoman ei-konfirmoidun polku kirkkohäihin)

- Tarkemmat tavoitteet määritellään jokaiselle ohjaussivulle erikseen, esim. Liity kirkkoon: Tavoitteena on tuoda esiin syitä, miksi Kirkkoon olisi hyvä edelleen kuulua tai liittyä uudelleen
- Asiointi-osioon itsessään olisi mahdollista lisätä myös eri elämäntilanteisiin liittyviä palvelukokonaisuuksia, jotka helpottaisivat erilaisissa tilanteissa asiointia kirkon kanssa. Esimerkiksi kuolemaan liittyvät asiat: varaa hautapaikka, kutsu pappi, hae keskusteluapua jne.)

Miksi tämä on tärkeää?

- Asiointisivujen kävijämäärä on suuri ja kävijäkunta laaja
- Seurakunnalle tämä on oivallinen kanava tavoittaa niitä, jotka muutoin eivät kirkon viestintää kohtaa.
- Pyrimme viestinnän keinoin siihen, että harvoin osallistuvakin innostuisi ja rohkaistuisi mukaan.

Kutsu toimia (CTA)

- Liity kirkkoon/ Eroamisen sijasta pysy kirkon jäsenenä
- Varaa toimitus/ henkilöaika tms. helposti verkossa

Puhetapa

Mistä puhumme?

Äänensävy



Yhtenäinen viestintätyyli ja äänensävy (tone of voice) auttavat meitä luomaan sisältöä, joka ilmentää kirkon persoonallisuutta ja arvomaailmaa sekä resonoi tavoittelemissamme kohderyhmissä. Lisäksi se auttaa varmistamaan, että välitämme brändimme muulle maailmalle sellaisella tavalla kuin haluamme tulla nähdyksi.



Kuunteleva

Kuuntelemme ja käymme kunnioittavaa dialogia. Vältämme "saarnapöntöstä alas puhumista".

Emme kirjoita vain sitä, mitä haluamme itsestämme kertoa, vaan mietimme mitä vastaanottaja haluaa kuulla.

Avoim

Puhumme avoimesti ja ymmärrettävällä tavalla.

Pyrimme kirjoittamaan siten, että kuka tahansa ymmärtää

Rohkea

Tartumme rohkeasti yhteiskunnallisiin aiheisiin ja olemme aloitteellinen ja aktiivinen kuuntelija ja keskustelija. Edistämme yhdenvertaisuutta ja tasa-arvoa.

Asetumme heikoimpien puolelle ja voimistamme niiden ääntä, joilla sitä yhteiskunnassa ei ole

Läheinen

Lähtökohtana on ihminen ja ihmiselle kertominen, puhuminen ja vuorovaikutuksessa oleminen.

Olemme läsnä arjessa, päivittäisessä olossa ja elossa, ilossa ja surussa tuoden rakkautta, toivoa ja lohtua elämään. Kutsumme ihmisiä hengellisen kasvun polulle koko elämän aikana.

Turvallinen

Tuomme lohtua ja turvaa.

Kirkon ydinviestiä mukaillen kaikessa viestinnässä näkyy toivo: vaikeitakin aiheita käsitellessä kirkko tukee ja tuo turvan sekä luottamuksen siihen, että elämä kantaa.

Luonteva

Puhumme kuin ihminen ihmiselle.

Käytämme nykypäivän kieltä ja vältämme oudolta kalskahtavia raamatullisia ilmaisuja.

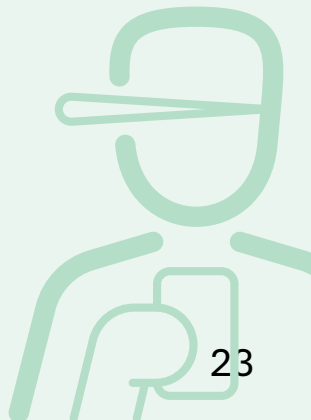
Vinkkejä viestintään

Kuinka huomioida erityisesti millenniaalit kohderyhmänä?

- Käytä selkeää ja nuorekasta kieltä:** Millenniaalit pitävät suoraan asiaan menevästä ja älykkästä tekstinkirjoittamisesta. Vältä vanhanaikaisia termejä, turhaa polveilua ja liian juhlallista kieltä. Edellä mainittujen sijaan käytä selkeitä ja ymmärrettäviä ilmaisuja. Pysyäkseen asiassa, mieti ennen kirjoittamaan ryhtymistä minkä asian sisältösi pariin päätyntä ihminen haluaa ratkaista.
- Käytä visuaalisia elementtejä:** Millenniaalit ovat kasvaneet digitaalisen viestinnän aikakaudella, joten käytä visuaalisia elementtejä kuten kuvia, videoita ja infograafeja, joilla voit tehdä viestistäsi helpommin hahmotettavan ja kiinnostavan.
- Huomioi monimuotoisuus:** Millenniaalit arvostavat monimuotoisuutta ja haluavat tuntea itsensä hyväksytyksi omana itsenään. Huomioi tämä viestinnässä ja vältä stereotyyppioita ja syrjintää.
- Kerro samaistuttavia tarinoita:** Millenniaalit ovat kiinnostuneita tarinoista ja henkilökohtaisista kokemuksista, joten kerro tarinoita elävästä, joista kohderyhmä voi löytää linkkejä omaan elämäänsä sekä inspiroitua jakamaan sisältöä myös eteenpäin.
- Hyödynnä sosiaalista mediaa:** Millenniaalit ovat aktiivisia sosiaalisen median käyttäjiä. Kun tuotat sisältöä sivuille, mieti aina, kuinka hyödynnät myös some-kanavia viestisi levittämiseen.
- Osallista ja vuorovaikuta:** Millenniaalit arvostavat vuorovaikutteista viestintää ja mahdollisuutta vaikuttaa. Kannusta heitä osallistumaan keskusteluun, esittämään kysymyksiä ja antamaan palautetta, sekä kehittämään sisältöä heidän mieleisekseen. Hyödynnä erityisesti sosiaalisen median kanavia jo suunnitteluvaiheessa kartoittaessasi mikä sisältö puree tavoittelemaamme kohderyhmään (esimerkiksi osallista kysymällä mielipiteitä some-kanavien kautta).
- Ole aito ja avoin:** Millenniaalit arvostavat aitoutta ja avoimuutta. Ole rehellinen ja avoin viestinnässäsi ja kerro toiminnastamme avoimesti ja rehellisesti. Käytä kieltä, joka on helposti ymmärrettävää ja joka välittää viestin selkeästi ja suoraan.
- Huomioi ajankohtaiset aiheet:** Millenniaalit seuraavat aktiivisesti ajankohtaisia aiheita ja haluavat olla mukana keskusteluissa. Huomioi tämä viestinnässäsi ja käsittele ajankohtaisia aiheita.
- Tuota erilaisia sisältöjä monipuolisesti:** Millenniaalit odottavat monipuolista sisältöä, joka on mukaansatempaavaa ja kiinnostavaa. Huomioi tämä sisällöntuotannossa ja pyri tuottamaan erilaisia sisältöjä, kuten videoita, podcasteja, blogeja ja sosiaalisen median postauksia, jotka ovat helposti jaettavissa.

Lisää vinkkejä siitä kuinka kirjoitat millenniaaleille, löydät mm täältä:

<https://forty8creates.com/communicating-to-a-millennial-target-audience>



Älä tee näin

Pitkät tekstit, joihin olennainen asia hukkuu

Organisaatilähtöinen tyyli

Utis- ja tietopohjainen lähestyminen koko sivustolla

Saarnaaminen, ylhäältä päin opettaminen

Käytä kirkko-jargonia.

Sivulla ei ole linkkejä eteenpäin.

”Kaikkea kaikille”

Tee näin

Lyhyet kappaleet, napakka sisältö, listat, to do-listat, kuvat, infografiikat ja videot havainnollistamaan sisältöä

Omakehtaista, inspiroivaa ja osallistavaa:
Mitä tämä tarkoittaa minulle? Suositaan aktiivimuotoja, ei passiivia. Kun tilanteeseen sopii, puhuttele käyttäjää "sinuna". "Sinuna" puhutteleminen antaa lämpimämmän ja mutkattomamman kuvan kuin yleisesti "passiivissa" puhutteleminen.

Tunnepohjainen lähestyminen (pl. esim. uutishuone). Milleniaalit tekevät valintoja arvojen kautta. On hyvä kertoa, miksi jokin asia on tärkeä, ei vain mitä se on.

Hiljentymistä, hengellisyyden merkityksellisyyden esiin tuomista

Käytetään selkeää kieltä, ei sisäpiirislangia. Kirkolliset termit, joita on välttämätöntä käyttää, selitetään.

Anna käyttäjälle aina selkeä seuraava askel (linkki, ilmoittautuminen, lisätieto). Mieti jokaisen sisällön kohdalla, minne haluat käyttäjän johdattaa.

Huomioi sisällöntuotannossa ensisijainen kohderyhmä.

Sisällöntuotanto

Kun lähdet kirjoittamaan, muista:

- 1. Lähde käyttäjän tarpeesta** – mieti kenelle kirjoitat, mitä ongelmaa ratkaiset ja miksi sisältö on hyödyllinen. Verkkosisältöjen aiheiden tulee perustua kohdeyleisön oikeisiin tarpeisiin ja kiinnostuksen kohteisiin. Jokainen palvelusta löytyvä sivu täyttää jonkin tarpeen. Mieti kenelle kirjoitat, mitä käyttäjä on sivulla tekemässä ja millaista tarvetta tai ongelmaa ratkaisemassa. Ihmisten huomiosta kilpaillaan lukuisten muiden sisältöjen ja tuottajatahojen kanssa, ja yleisö päättää itse, mitä se kuluttaa. Asiakkaalle on siis tarjottava jotain, minkä he kokevat olevan hyödyllistä itselle, ja mihin he haluavat käyttää aikansa.
- 2. Laadun merkitys** – tiivis, selkeä ja kiinnostava on aina parempi kuin pitkä ja raskas.
- 3. Helppolukuisuus** – käytä otsikoita, listoja, tiivistettyä kieltä ja selkeää rakennetta. Hyvän verkkosisältö on helposti silmäiltävää, tiivistettyä ja lyhyttä kerrontaa sekä helppolukuista.
- 4. Vältä sisäpiirikieltä ja “teologista jargonia**– käytä vastaanottajalähtöistä, inhimillistä ja ymmärrettävää kieltä.
- 5. Kuvita ja konkretisoi** – käytä kuvia, infograafeja ja videoita tukemaan tekstiä. Lyhytkin teksti pyritään aina kuvittamaan.
- 6. Tee sisällöstä saavutettavaa** – varmista ymmärrettävyys, luettavuus ja esteettömyys.

- 7. Ohjaa käyttäjää eteenpäin** – rakenna sisältöpolkuja ja linkityksiä, jotta käyttäjä siirtyy luontevasti aiheesta toiseen. Mieti jokaisen sisällön kohdalla, minne haluat käyttäjän johdattaa
- 8. Huomioi kaikki käytössäsi olevat kanavat:** kun viesti jatkuu niissä, syntyy monikanavainen sisältöpolku, jossa käyttäjä etenee luontevasti sisällöstä toiseen ja löytää sisältösi äärelle.
- 9. Muista hakukone- ja tekoälyoptimointi:** käytä käyttäjien hakutermejä, selkeitä otsikoita ja tiivistä, ymmärrettävää kieltä. Hyvin jäsennetty sisältö löytyy sekä hakukoneissa että tekoälypohjaisissa palveluissa.

Tee näin:

Keksi kuhunkin vaiheeseen kolme Google- ja tekoälyhakua, joita käyttäjä voisi tuossa vaiheessa todennäköisesti käyttää. Tee haut ja selaa hakutuloksia miettien onko tulokset relevantteja ja voimmeko menestyä omalla sisällöllä kyseisessä haussa. Jos vastaus on jompaankumpaan ei, mieti vaihtoehtoinen haku.

Mieti myös kuinka tekemääsi sisältöä voidaan jakaa myös kirkon sosiaalisen median kanavissa: Onko otsikko, jutun täky ja kuvamaailma kohdillaan.

Testaa, iteroi, kehitä! Aina ei mennä ensimmäisellä kerralla maaliin. Seuraa Kuinka hyvin tuottamasi sisältö toimii ja iteroi sitä tarpeen vaatiessa. Jaa myös oppisi muille.



Hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimoinnilla pyritään lisäämään verkkosivuston kävijämäärää parantamalla maksutonta hakukonenäkyvyyttä sisällöllisillä ja teknisillä muutoksilla.

Yleiset ohjeet hakukoneoptimointiin:

- Sivustolla on sopiva määrä teksti- ja kuvasisältöä ja se sisältää mm. otsikkotasot
- Sivuston sisältö on laadukasta eikä sitä ole kopioitu muualta verkosta.
- Sisällössä on mainitaan oikeat avainsanat (muista etenkin otsikoissa)
- Sisäiset linkitykset
- Kuvien ja linkkien optimointi alt-tekstein, käytä linkkiteksiä urlin asemasta jne.
- Sivustolle tulee linkkejä useilta ulkopuolisilta sivuilta. Linkittävät sivustot ovat laadukkaita.

Tärkeimmät sivun sisäiset elementit hakukoneoptimoinnin kannalta

- Title eli sivun nimi
- Metakuvaus
- H1 otsikko
- Leipätekstin laajuus
- H2---H6 väliotsikot
- Kuvien tiedot ja alt-tekstit
- Sisäiset linkit



Tekoälyoptimointi (AI SEO)

Hyvin hakukoneoptimoitu sisältö indeksoituu yleensä hyvin myös tekoälylle, mutta tekoälyoptimoinnissa on muutamia asioita, jotka kannattaa huomioida erityisen hyvin. Näin varmistat, että tekoälymallit ymmärtävät sisällön merkityksen, asiayhteyden ja luotettavuuden, jolloin sisältösi nousee esiin tekoälyhakujen tuloksissa.

Yleiset ohjeet tekoälyoptimointiin:

- Sisältö on selkeästi jäsenneltyä (kysymys–vastaus -muoto toimii hyvin)
- Käytä täsmällisiä termejä ja käsitteitä, joita ihmiset oikeasti kysyvät
- Kirjoita luonnollista kieltä ja selkeitä vastauksia, jotka tekoäly voi helposti poimia (AI nostaa usein vastauksia suoraan tekstistä)
- Tarjoa kontekstia ja määritelmiä (mikä, miksi, miten)
- Lisää luotettavia lähteitä ja viittauksia – tekoäly suosii uskottavaa sisältöä: kokemus, asiantuntemus, auktoriteetti ja luotettavuus (kts. seuraava sivu).
- Hyödynnä strukturoitua dataa (esim. listat, taulukot, kaaviot)
- Pidä sisältö ajantasaisena – päivitys tukee näkyvyyttä myös AI-hauissa

Tärkeimmät sivun sisäiset elementit tekoälyoptimoinnin kannalta

- Selkeä otsikko ja ingressi
- Kysymys–vastaus -osioita sisällön sisällä
- Avainsanojen käyttö luontevasti tekstissä
- Listaukset ja bullet pointit
- Ytimekkäät tiivistelmät jokaisen osion lopussa
- Lähteet ja viittaukset (mieluiten avoimesti)



KALA – laadukas sisältö ruokkii monia

K

Kokemus

- Kerro aidoista kokemuksista ja käytännön esimerkeistä.
- Näytä, että sisältö kumpuaa todellisesta elämästä, ei vain teoriasta.
- Käytännössä: käytä tarinoita, esimerkkejä, sitaatteja ja kokemukseen pohjautuvaa tietoa.

A

Asiantuntemus

- Varmista, että sisältö osoittaa tekijän osaamista.
- Kirjoittajan tai organisaation tietotaito tulee esiin – lukija kokee saavansa oikeaa ja pätevää tietoa.
- Käytännössä: tuo esiin asiantuntijoiden näkemyksiä, selitä käsitteet ymmärrettävästi, vältä virheitä.

L

Luotettavuus

- Sisällön tulee herättää luottamusta lähteisiin ja tarkoitukseen.
- Läpinäkyvyys, faktat ja rehellisyys lisäävät uskottavuutta.
- Käytännössä: käytä luotettavia lähteitä, linkitä avoimesti, kerro jos jokin on mielipide eikä fakta.

A

Auktoriteetti

- Sisällön ja sen lähteen pitää olla uskottava ja arvostettu.
- Kun muut viittaavat sisältöösi, se vahvistaa auktoriteettia.
- Käytännössä: rakenna jatkuvuutta, julkaise laadukkaasti, hyödynnä tunnettuja asiantuntijoita ja organisaatioita.

* **KALA** on sovellus [Googlen laatuohjeiden](#) EAT-mallista (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness). Tässä tulkinnassa alkuperäisen mallin neljä periaatetta on esitetty kirkon kontekstiin sopivalla muistisanalla. © Claudia Treuthardt

Visuaalinen tyyli

Miltä näytämme?

Visuaalinen viestintä

Milleniaalit ovat vahvasti visuaalinen kohderyhmä – kuvat, värit ja typografia vaikuttavat siihen, kuinka viestimme koetaan ja otetaan vastaan. Selkeä ja yhtenäinen visuaalinen ilme lisää luotettavuutta ja tekee sisällöistä kiinnostavampia.



Graafinen ohje

Graafinen ohjeisto tarjoaa selkeät suuntaviivat ja työkalut, joilla ilme on helppo ottaa käyttöön eri kanavissa ja materiaaleissa

Graafinen ohje suomeksi ja ruotsiksi materiaalipankissa:

<https://evl.resourcespace.com/pages/search.php?search=%21collection8073>

Tuki ja opastus

Kohti yhteistä ilmettä -kanavalla kehitetään yhdessä kirkon visuaalista viestintää ja kuljetaan kohti yhteistä ilmettä.

Laita liittymispyyntö kanavalle teamsin kautta ja liity mukaan:

[Kohti yhteistä ilmettä | Kirkon viestijät evl | Microsoft Teams](#)

Piktogrammit

Piktogrammeja, eli symbolisia kuvakkeita käytetään visuaalisina elementteinä täydentämään sekä tekstiä että kuvia. Päivittyvä kokoelma löytyy materiaalipankista:

<https://evl.resourcespace.com/pages/search.php?search=%21collection207>

Taustakuviot

Taustakuviolla voidaan tuoda esille paikallisuutta ja kirkkoestetiikkaa yhtenäisesti. Taustakuvioiden yksinkertainen graafinen tyyli antaa samalla tekstille tilaa silloin, kun sitä tarvitaan.

Taustakuvat löydät materiaalipankista:

<https://evl.resourcespace.com/pages/search.php?search=%21collection204>

Omat kuvaresurssit

Yhteistä ilmettä varten kuvattuja valokuvia ja videoita löytyy teemoittain materiaalipankista:

https://evl.resourcespace.com/pages/collections_featured.php?parent=8098

Muut kuvaresurssit

Unsplash: kuratoitua vapaasti käytettävää kuvapankkimateriaalia (ei tarvitse tunnuksia):

<https://unsplash.com/collections/rfTJPew8s-Y/kirkko>

Gettyimages: kuratoitua kuvapankkimateriaalia (vaatii maksullisen lisenssin)

<https://www.gettyimages.fi/collaboration/boards/WpUSJ7qQMkSmZDSMcaS-eA>

Kiitos!



Kysyttävää tai kehitysehdotuksia? Ota yhteyttä!
claudia.treuthardt@evl.fi