

Panu Malkasilta

**"KIRJOITA NÄKY JA PIIRRÄ SELVÄSTI TAULUIHIN,
NIIN ETTÄ SEN VOI JUOSTESSA LUKEA"**
Tiedotuksen kehittäminen Alajärven seurakunnassa

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Yhteisöpedagogi (AMK), kirkon nuorisotyö
Syyskuu 2017**

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Syyskuu 2017	Tekijä/tekijät Panu Malkasilta
Koulutusohjelma Yhteisöpedagogi (AMK), kirkon nuorisotyö		
Työn nimi "KIRJOITA NÄKY JA PIIRRÄ SELVÄSTI TAULUIHIN, NIIN ETTÄ SEN VOI JUOSTESSA LUKEA" Tiedotuksen kehittäminen Alajärven seurakunnassa		
Työn ohjaaja KT Reetta Leppälä/KM Sari Virkkala		Sivumäärä 25 + 3
Työelämäohjaaja Tiedotus- ja lähetys sihteeri Tiina Akomeah, Alajärven seurakunta		
<p>Opinnäytetyön tarkoitus oli kehittää Alajärven seurakunnan mainontaa siten, että mainok- sista tulisi selkeämpiä ja huomiota herättävämpiä, niin että niitä olisi helpompi lukea. Opin- näytetyössä käydään lävitse kolmen mainoksen toteuttaminen alusta loppuun, valokuvauk- sesta aina valmiiseen tulostettuun mainokseen asti. Mainokset toteutettiin yhdessä vapaaeh- toisten kanssa. Mainokset olivat onnistuneita ja niistä tuli todella hyvää palautetta. Myös va- paaehtoiset antoivat kiitosta siitä, että saivat hyödyntää omia lahjojaan seurakunnan hyväksi.</p> <p>Tämän lisäksi opinnäytetyössä käytiin lävitse Alajärven seurakunnan kotisivujen uusiminen käyttäen kirkossa laajalti käytössä olevaa Lukkari-kotisivupohjaa. Tämän lisäksi Alajärven seurakunnan työntekijät koulutettiin siten, että he osaavat päivittää tapahtumia ja oman työ- alansa tiedotteita uusille sivuille.</p>		
Asiasanat Seurakunta, mainonta, tiedotus, vapaaehtoistyö, valokuvaus		

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date September 2017	Author Panu Malkasilta
Degree programme Bachelor of Humanities, Community Educator		
Name of thesis WRITE A VISION, AND MAKE IT PLAIN UPON A TABLET SO THAT A RUNNER CAN READ IT." development of information developing the informing practices in the of Alajärvi's parish		
Instructor Ed.D Reetta Leppälä/M.Ed Sari Virkkala	Pages 25 + 3	
Supervisor Information- and mission secretary Tiina Akomeah, Alajärvi's parish		
<p>The purpose of the thesis was to develop the advertising of Alajärvi parish's advertising so that the advertisement would become clearer and more eye-catching so that they could be and thus easier to read. The thesis deals with the implementation of three advertisements from beginning to end, from light photography to finished print advertising. The advertisements were implemented jointly with volunteers. The advertisements were successful and they were received really good feedback. Volunteers also gave praise for getting their own gifts the possibility of making use of their talent to benefit the parish.</p> <p>In addition, the thesis completed included the renewal of the home page of Alajärvi congregation's home page parish using the widely used Lukkari-homepage template in the church. In addition, moreover, the employees of Alajärvi's parish workers were trained so that they were able to could update the events and newsletters in their own field of work on the new sites.</p>		
Key words Parish, advertising, information, volunteers, photographing		

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	2
2 KEHITTÄMISTEHTÄVÄT.....	3
3 KUVAT MAINOKSESSA	4
3.1 Kuva ja kerronta	4
3.2 Mainosten selkeys.....	6
3.3 Tekijänoikeus	7
4 INTERNETSIVUT TIEDOTUSVÄLINEENÄ	10
4.1 Uusien internet-sivujen toteutus	10
5 SOSIAALINEN MEDIA TYÖKALUNA SEURAKUNNAN TIEDOTUKSESSA.....	13
6 MAINOSTEN KÄYTÄNNÖN TOTEUTUS	15
6.1 Enemmän kuin puuseppä – välähdyksiä Jeesuksen elämästä Markuksen evankeliumissa.....	16
6.2 Mainos Diakoniakirpputorille	18
6.3 Lutherin virsiä – konsertti	19
7 POHDINTA.....	20
LÄHTEET.....	22
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Tiedotus on tärkeätä tämän päivän seurakunnassa. Entisaikaan riitti, kun tapahtumasta ilmoitettiin lehdessä ja sunnuntain Jumalanpalveluksessa. Tänä päivänä tilanne on toinen. Mainoksia näkee joka paikassa

Opinnäytetyön tarkoituksena on kehittää Alajärven seurakunnan mainontaa Word-tiedostoista huomiota herättävämpään mainontaan sekä pohtia uusia keinoja kehittää mainontaa seurakunnassa. Opinnäytetyössä tulen myös pohtimaan sitä, miten valokuvaus ja mainoksien teko voisi olla oma osansa vapaaehtoistyötä. Jos kohderyhmän edustaja saa itse tehdä mainoksen kohderyhmälle, onko mainos silloin koko kohderyhmän näköinen ja löytyykö paremmin ne tiedot, mitä tietoa kohderyhmä haluaa tilaisuudesta saada? Tämän myötä mahdollisuudet toimia seurakunnan hyväksi lisääntyvät ja yhtä useampi ihminen voi kokea panoksensa merkittäväksi seurakunnassa. On myös tärkeä muistaa että mainostaminen ei ole pakollinen paha jotta ihmiset tietäisivät tapahtumista, vaan mainoksilla on todella iso vaikutus ja sen myötä ihmisiä voisi löytää paikalle enemmän. Aktiiviset seurakuntalaiset tulevat paikalle joka tapauksessa, kun vaan saa tiedon tapahtumasta. Seurakunnan on kuitenkin määrä kasvaa ja tällöin mainonnan laatuun on tärkeä panostaa.

Opinnäytetyön kantavana teemana on Habakukin kirjasta löytyvä Raamatunkohta, joka on nostettu esille myös otsikossa muodossaan joka löytyy Raamatun vanhemmasta käännöksestä. Uudemmassa käännöksessä Raamatunkohta kuuluu näin:

Herra vastasi minulle: -- Kirjoita näky niin selvästi tauluihin, että sen voi vaivatta lukea. (Hab. 2:2)

2 KEHITTÄMISTEHTÄVÄT

Kehittämistehtävänäni on kehittää seurakunnan mainontaa ja markkinointia entistä paremmaksi siten, että tieto voisi olla helpommin saatavilla, selkeämmän mainonnan avulla. Tämän lisäksi mainontaa on ollut viedä entistä huomiota herättävämpään suuntaan, kuvien yms. avulla.

Kehittämistehtäviäni ovat:

1. Tiedotuksen kehittäminen uusien kotisivujen avulla.

Tarkoitukseni on rakentaa Alajärven seurakunnassa uudet internet-sivut, Suomen evankelisluterilaisen kirkon lukkari-kotisivupohjaa hyväksi käyttäen vanhojen kotisivujen tilalle, jotka ovat aikansa eläneet ja tieto on vaikeasti löydettävissä. Tähän liittyen tarkoitukseni on kouluttaa seurakunnan koko seurakunnan työyhteisö käyttämään ja päivittämään tietoja uusille kotisivuille, niin että seurakuntalaisten olisi helppo löytää tietoa uusilta sivuilta.

2. Tiedottamisen kehittäminen selkeämpien mainosten avulla.

Tarkoitukseni on kehittää mainontaa omien vahvuuksien kautta. Tarkoitukseni on tehdä huomiota herättävimpiä mainoksia, siten, että ihmiset päätyisivät nykyistä paremmin lukemaan. Tämän lisäksi ajatukseni on ottaa tähän projektiin mukaan seurakuntalaisia avuksi, siitä syystä koska he ovat kohderyhmää joita varten mainoksia on tarkoitus tehdä, joten he ovat hyviä arvioimaan onko mainokset selkeitä ja mikä parasta, heitä on hyvä ottaa myös suunnittelemaan ja toteuttamaan mainoksien tekoa. Mainoksia teen niin omalle työalalleni eli nuorisotyölle, mutta myös muille työaloille. Suunnitelmissa on tehdä mainos musiikkityölle Luther-virsikonserttiin sekä Diakoniatyön diakoniakirpputorille. Nuorisotyössä mainoksia on tarkoitus tehdä nuorteniltoihin ja muuhun nuorten toimintaan. Näissä käytän itse ottamiani kuvia, tai yhdessä seurakuntalaisten kanssa toteutettujen projektien pohjalta tulleita kuvia.

3 KUVAT MAINOKSESSA

3.1 Kuva ja kerronta

Sillä millaisen kuvan laittaa mainokseen sillä on iso merkitys. Kuva aina herättää tuntemuksia katsojassa, niin tietoisesti kuin alitajuntaisesti. Jos seurakuntaan tulee uusi työntekijä, on kutsuvampaa ottaa kuva, joka viestii ihmisen persoonaa ja siten häntä on helpompi lähestyä, kuin sellainen kuva joka otetaan ajattelematta valokuvauksen mahdollisuuksia. Valokuvauksella on hieno mahdollisuus antaa ihmisestä lämmin ja helposti lähestyttävä vaikutelma jos kuvaus-tilanteessa hieman miettii mitä tekee. Esimerkiksi tavanomaisen seisomiskuvan sijaan voi laittaa ihmisen seisomassa aukaisemassa ovea hymyillen, jolloin kuvasta voi tulla todella kutsuva. Tämän lisäksi kuva, jossa malli tekee jotain, on paljon mielenkiintoisempaa katsella, kuin se että malli vain seisoo kuvassa (Flyktman 2008, 82).

Sommitelulla on myös merkitys valokuvauksessa. Kuvaamiseen kannattaa käyttää aikaa ja sommitella tarkoin se mitä kuvaa. Vaikuttavaltakin vaikuttava tilanne saattaa näyttää lattealta jos kuvaan ei ole panostettu ollenkaan, on kyse sitten maisemasta tai ihmiskuvauksesta. Kuvataessa kannattaa etsiä erilaisia kuvakulmia, ensimmäinen vaihtoehto ei ole aina se parhain. (Flyktman 2008, 120.) Aluksi, ennen kun rupeaa ottamaan kuvaa, on hyvä pohtia aluksi vaikka ilman kameraa, että mitä rupeaa kuvaamaan. Jos katselee tilannetta ainoastaan etsimestä, kuvakulma on rajallinen ja täten voi jäädä monta hienoa yksityiskohtaa pois kuvasta mitkä kuvaan sopisivat. Jos kuvaa ihmisiä, on tärkeä miettiä onko tarpeen ottaa kuva niin, että kuvattava on aivan keskellä vai hieman reunassa. Myös kuvattavan asento ratkaisee, pienellä mallin ohjauksella saa ison muutoksen kuvan lopputulokseen. Kuvaaja näkee paremmin kokonaisuuden, vaikka kuvattava yrittää olla luonnollisessa asennossa. Kuvassa epäluonnolliselta tuntuva asento saattaa näyttää paljon paremmalta, jopa luonnollisemmalta. Eli kuvaan kannattaa nähdä vaivaa, silloin kuvaaja ja kuvattava ovat paljon tyytyväisempiä lopputulokseen.

Jos itse on epävarma omista kuvaustaidoista, kannattaa hankkia käsiinsä jonkinlainen valokuvaväline. Niitä on lukuisia ja niistä oppii hyvin helposti erilaisia lainalaisuuksia jota valokuvauksessa tarvitsee. Pienillä vinkeillä saa paljon enemmän irti kuvista ja täten valokuvista tulee paljon kutsuvampia ja mukavampia katsella. Valokuvauksessa pätee samat lainalaisuudet kuin esimerkiksi taidemaalauksessa. Eli myös taidemaalauksia katsellessa voi oppia jotain uutta valokuvaukseen liittyen, vaikka valokuvaus onkin oma taiteenlajinsa.

Valokuvauksen ja mainoksen merkitystä väheksytään seurakunnassa, mutta se on tapa, jolla ne ihmiset jotka eivät käy seurakunnan toiminnassa saavat käsityksen siitä, mitä seurakunnassa tehdään ja millainen seurakunta on. Jos kuvista välittyy lämpö, on seurakunta paljon helpommin lähestyttävä, niin antaahan se ihmiselle eri kuvan seurakunnasta. Kautta aikojen kuvia on käytetty propagandan välineenä viemään eri aatemaailmaa eteenpäin. (Hintsu 2017.) Tätä mahdollisuutta voitaisiin käyttää monessa laajasti monessa seurakunnassa siten, että mennään rohkeasti harjoittelemaan valokuvausta kursseille yms. On selvää että monesti uuden oppiminen seurakunnan arjen keskellä tuntuu raskaalta, kun pitäisi huolehtia, että viikon toiminta toimii normaalisti seurakunnassa.

Ongelma mikä tänä päivänä tulee valokuvauksen saralla, on se että valokuvia on nykyään niin paljon. Lähes jokaisella ihmisellä on matkapuhelimessaan kamera, täten kuvan ottaminen on äärimmäisen helppoa. Miten seurakunnan mainoksien kuvat erottuvat tästä massasta edukseen. Oikeata vastausta ei ole, koska jokaisella ihmisellä on oma makunsa ja jokainen pitää eri kuvia hienona ja kiinnostavina kuvassa huomionsa eri asioihin. Vaikka oikeata vastausta ei olekaan, silti mainoksiin on tärkeää panostaa, jotta tilaisuuksiin tulee muitakin ihmisiä, kuin ne jotka tilaisuuteen ovat muutenkin tulossa. Seurakunnassa ei pidä olla liian tyytyväinen siihen, jos tilaisuuteen tulee 50 henkilöä, vaan aina pitää työtä kehittää siten, että mahdollisimman moni uusi voisi ihminen löytää seurakuntaan.

3.2 Mainosten selkeys

Tuotteiden ostaminen tuottaa harvalle suurta henkistä tyydytystä. Tuote halutaan ostaa nopeasti mahdollisimman vähällä vaivalla (Filenius 2015, 62). Sama pätee myös mainostukseen. Mainosten on tärkeää olla niin selkeitä, niin että kun seurakuntalainen etsii itsellensä tärkeää tietoa, hänen ei tarvitse sitä pitkään etsiä vaan se on nähtävillä nopeasti. Varsinkin kun kyse on sellaisesta seurakuntalaisesta, joka ei muuten hakeutuisi seurakuntaan. Tällainen ihmisen voi saada hyvällä mainonnalla tulemaan johonkin tapahtumaan. Niin kuin Raamattu asian osuvasti ilmaisee: Herra vastasi minulle: – Kirjoita näky niin selvästi tauluihin, että sen voi vaivatta lukea. (Hab. 2:2)

Hyvästä mainonnasta tulee myös sellainen tuntuma, että järjestävä taho uskoo itsekin tapahtumaan. Sillä mainoksella teemme seurakuntalaiselle lupauksia siitä, mitä tapahtuma tulee olemaan, jos mainoksen ulkoasu jo näyttää lähtökohtaisesti ontuvalta, niin mitä on syytä odottaa itse tapahtumalta. Seurakuntalaisen ensimmäinen kosketus tapahtumasta on kuitenkin, se mitä mainoksesta näkyy, se antaa kuvan ja sen perusteella luodaan käsitys kannattaako tapahtumaan mennä, vai ei. Mainostuksessa pitää luvata paljon, jotta se herättää mielenkiinnon, mutta samalla pitää myös olla rehellinen. Olen kerran ollut tilanteessa jossa työryhmässä oli mietitty mitä tietoja tapahtumasta halutaan nostaa, tiedot vietiin tiedottajalle jonka piti tehdä mainos tilaisuudesta. Hänen mielestään tiedot tapahtumasta eivät olleet tarpeeksi myyviä, joten hän päätti muuttaa tietoja mielestään myyviksi. Muutoksien jälkeen mainoksessa luvattiin asioita jota tapahtumassa ei ollut edes mahdollisuus toteuttaa. Tapahtuman järjestävät saivat vastata tapahtumassa kritiikkiin, jossa seurakuntalaiset olivat pahastuneet siitä, että he päättivät tulla tapahtumaan mainoksessa olevien lupauksen perusteella ja niitä ei voinut edes toteuttaa. Vaikka mainos oli luova ja myyvä, ikinä ei pidä mennä lupailemaan liikoja. Pahimmassa tapauksessa seurakuntalaisen luottamus seurakuntaa kärsii, siten, ettei sitä ole helppo saada takaisin. Mainosta tehdessä on tärkeä asettua seurakuntalaisen asemaan, mitä minä seurakuntalaisena haluaisin nähdä mainoksessa. (Filenius 2015, 40-51.) Joskus voi olla paikallaan kerätä palautetta seurakunnan mainostamisesta, sillä tällöin saa uutta näkökulmaa mainostukseen ja

tällöin on paljon helpompi kartoittaa mitä mainoksista puuttuu ja mitä palautetta seurakunnan jäsenet kaipaavat mainoksiin. Jäsen 360°-analyysi on myös hyvä työkalu pohtiessa sitä että miten mainosta kannattaa lähteä pohtimaan. Jäsen 360°-analyysissä kirkon jäsenet on jaettu neljään segmenttiin eri teemojen perusteella, joita on elämäntavat, asenneilmasto sekä suhde kirkkoon, uskoon ja seurakuntaan. Neljä segmenttiä ovat; irralliset, maltilliset, avomieliset ja uskolliset. (Jäsen360 2016.) Mainostamisessa on otettava huomioon myös se, että ihmisistä on tullut paljon kriittisempiä. Se on taas yksi tärkeä peruste sille että miksi mainostamiseen on syytä panostaa kunnolla, koska ihmisille kelpaa aina vähenemässä määrin word-tiedostot joissa mainostetaan kahvia ja pullaa.

3.3 Tekijänoikeus

Tekijänoikeuslaissa on määritelty kenelle tekijänoikeudet kuuluvat kirjallisessa tai taiteellisessa teoksessa sen tekijälle, ellei oikeuksia ole myyty tai muutoin lahjoitettu. (Tekijänoikeuslaki 8.7.1961/404, § 1.) Esimerkiksi sosiaalisen median palvelut saattavat muuttaa tekijänoikeuksia, joskin tästä on maininta palvelun käyttöehdoissa. Esimerkiksi Facebookissa ladattu kuva on myös Facebookin omaisuutta, niin kauan kun kuvaa pidetään palvelussa. Eli kun kuva poistetaan Facebookista, palvelun tekijänoikeus raukeaa, sillä ehdolla että se saattaa pysyä vielä jonkin aikaa palvelun varmuuskopioissa ja ellei kuvaa ole jaettu toisen käyttäjän kanssa, tämän myötä kuva voi vielä jäädä Facebookiin alkuperäisen käyttäjän poistettua kuvan. (Facebook 2017.) Tämä on hyvä huomata kun kuvaaja on itse erityisen tyytyväinen ottaemaansa kuvaan. Jos haluaa varmistua siitä että kuvan käyttöehdot ovat suojattuna, ei mainosta kannata laittaa esim. sosiaaliseen mediaan, vaan laittaa linkki seurakunnan omille nettisivuille. Toki tässä kärsii mainoksen näkyvyys, jos se on linkin takana.

On myös tärkeä muistaa mitä kuvia saa käyttää. Seurakunnissa näkee valitettavan paljon sitä, että on helppo ottaa Googlesta kuva ja laittaa se mainokseen, eikä ymmärretä sitä, että tämä

on kiellettyä. Internetin tuoma haaste on siinä että kuvia on niin paljon ja helposti saatavilla että tekijänoikeudet unohtuvat liian helposti. Kuvaaminenkin on helppoa ja sitä voi jokainen tehdä, joten ei osata ajatella sitä, että joku on voinut tehdä kuvan eteen suuren työn. Monien on helppo ajatella konkreettista työtä, siten että kukaan ei hyväksikäyttäisi toisen tekemää työtä, kun näkee työn määrän, mutta kuvat ovat valmiina tuotoksena netissä, työn määrää ei tule ajateltua, mikä on toisaalta ymmärrettävää.

Valokuvaukseen liittyvät lait on todella vaikeaselkoista. Pääperiaate laissa on kuitenkin se, että ketään ei saa loukata ja johtaa harhaan. Julkisella paikalla kuvaaminen ei vaadi erityistä lupaa, se on jopa perustuslaillinen oikeus. On kuitenkin eri asia, että kuvan käyttäminen johonkin tarkoitukseen, esim. mainokseen tai muuhun julkaisuun voi vaatia luvan hankkimista kuvan kohteelta tai kuvatun kohteen oikeuden omistajalta. (Nordberg & Vuorenmaa 2006, 112.) Eli käytännössä seurakunnan tapahtumassa kuvattaessa on viisainta kysyä aina lupa, varsinkin jos kyseessä on tilaisuus jossa osallistujana on lapsia, tällöin myös lapsen huoltajalta on kysyttävä lupa kuvan julkaisuun. Eli voi siis ajatella, että liian varovainen ei voi olla. Mitä enemmän kysyy ei voi mennä harhaan.

Tärkeä muistaa myös että jossain tiloissa voi olla valokuvausta rajoittavia kieltoja, esimerkiksi joissakin kirkoissa. Syynä voi olla esimerkiksi se, että ihmiset ovat herkistyneessä tilassa ja heidän yksityisyydensuojaa on kunnioitettava. Syy kieltomerkkiin voi olla siinä, että yksityisyydensuojaa tai yleisiä käytöstapoja valokuvaamiseen liittyen on rikottu, joten on nähty tärkeäksi kieltää kuvaaminen kyseisessä tilassa. Hyviä käytöstapoja kuvattaessa on siis tärkeä noudattaa, vaikka kieltomerkkiä ei olisikaan. Toisena syynä voi olla esimerkiksi vanhat maalaukset tai muut taideteokset, joita kirkoissa ja muissa tiloissa on yleensä lukuisia, joiden värit saattavat haalistua salamavaloista ajan myötä. Tällaisia taideteoksia on esimerkiksi Valamon luostarissa. Museoissa ja muissa sellaisissa tilanteissa voi olla käytäntönä, että omaan käyttöön voi kuvia ottaa, mutta julkinen esittäminen, tai muu julkaisu on kiellettyä. Tämä on myös hyvä ottaa huomioon, myös seurakunnassa. Joskus voi olla tarpeen järjestää retki esimerkiksi mu-

seon ja mainokseen haluaisi laittaa kuvan joka on museossa otettu, mutta se voikin olla yllättäen kiellettyä. Pääperiaate valokuvauksessa kuitenkin on että tekijänoikeuslaki suojaa kuvan ottajan oikeutta itse kuvaan ja esim. yksityisyydensuojalaki suojaa kuvassa esiintyvää henkilöä

4 INTERNETSIVUT TIEDOTUSVÄLINEENÄ

Seurakunnan omat internet-sivut, ovat tärkeä osa tiedotusta seurakunnassa. Kun Googlasta haetaan seurakunnasta tietoa, ensimmäisenä tulevat vastaan seurakunnan sivut. Muutenkin monet lähtevät hakemaan sieltä tietoa. Vaikka seurakunnalla olisi muitakin tiedotusvälineitä, niin on helppo ajatella että seurakunnan sivuilta tieto ainakin löytyy. Tästä syystä seurakunnan sivut olisi tärkeä pitää siistinä ja selkeänä, jotta tieto, jota seurakuntalainen, tai muu toimija hakee, olisi helposti saatavilla. Seurakunnan sivuista saa omalla tavallaan myös kuvan koko seurakunnasta, sieltä näkee selkeästi mitä jokaisella työalalla on tarjottavanaan. Edes yksittäisestä tapahtumassa käsitys ei ole niin laaja, kuin se mitä internet-sivuilta voi saada. Tästä syystä niitä on päivitettävä aktiivisesti siten, että viimeisen tieto löytyy sieltä jotta mikään ei mene seurakuntalaisilta ohitse.

Lukkari-kotisivupohjaa on yritetty koota sillä ajatuksella, että mitä ihminen tulee seurakunnan sivuilta hakemaan. Tämä on toisaalta hyvä. Kotisivupohjassa on erityisen hyvä, tutki uskoa-osio, jotta uusikin seurakuntalainen, tai uskonasioita pohtiva, löytää helposti tiedon siitä, mihin kirkossamme uskotaan. Tämän lisäksi perhejuhlat ja hautajaiset-osio johon kuuluu hautajaisten lisäksi, ristiäiset, rippijuhlat. Näitä asioita monet etsivät tietoa, joten hyvä että ne ovat helposti saatavilla.

4.1 Uusien internet-sivujen toteutus

Uuden kirkkoherran myötä nähtiin tarpeelliseksi uusia seurakunnan internet-sivuja. Tämän johdosta oli tarpeen ottaa käyttöön seurakunnissa laajalti käytössä oleva Lukkari-kotisivupohja. Varhaisessa vaiheessa kirkkoherra Ari Auranen kutsui minut mukaan valmistelemaan kotisivujen uudistamista ja keräämään tarpeellista tietoa talteen vanhoilta kotisivuilta, jota tulisi löytyä myös uusilta sivuilta. Ari Aurasen ja minun lisäksi kotisivuja lähti uudistamaan Alajärven seurakunnan tiedottaja Tiina Akomeah.

On selvää että uudistukset pelottavat seurakunnan työntekijöitä, jotka joutuvat työnsä puolesta sivuja päivittämään. Monet eivät ole paljoo tekemisissä tietotekniikan kanssa, joten internet-sivujen päivittäminen tuntuu todella työläältä. Ongelmia tuottaa myös se, että uuden oppiminen on vaikeata ja toimintaperiaate ei jää mieleen ja jos painaa painiketta, poistuuko kaikki tieto jonka eteen on tehnyt paljon työtä.

Uusien kotisivujen rakentaminen lähti liikkeelle opetusvideoiden katsomisella jotta oppimme käyttämään Lukkari-kotisivupohjaa. Oppimista helpotti myös muiden seurakuntien sivut jolla oli käytössä sama sivupohja. Muilta sai ottaa mallia ja se helpotti sivujen rakentamisessa kun pystyi ajattelemaan että näin rakennamme myös omia sivujamme. Seurakuntamme otti siis hyvässä vaiheessa lukkari-kotisivupohjan käyttöön, sillä niitä oli jo sen verta hyvin käytössä muilla seurakunnilla, niin kysyminen muilta oli helppoa. Tämän lisäksi Ajatuksena oli myös ottaa mahdollisimman paljon mallia vanhoista sivuistamme ja rakentaa uusia sen mahdollistamissa puitteissa mahdollisimman paljon samanlaiseksi. Näin järkytys ei olisi niin suuri kun uudistus tulee käyttöön. Näin toteutuisi ajatus, että tieto, jota seurakuntalainen kaipaa, olisi mahdollisimman helposti löydettävissä. Työhön oli helppoa lähteä työhän mukaan, koska koin että seurakunnan vanhoilta kotisivuilta oli vaikea löytää tietoa. Tätä halusin lähteä korjaamaan uusia sivuja tehdessä. Jossa kaikki oleellinen tieto voisi löytyä yhden painalluksen takaa. Tämän lisäksi on tärkeää, että kaikkeen tarpeelliseen voisi päästä suoraa etusivulta ja tämän myötä mukailla vanhoja sivuja.

Uusille sivuille on tarkoitus ottaa valokuva, jokaisesta henkilökuntaan kuuluvasta henkilöstä. Haasteena on sovittaa kaikkien aikataulu siten, että jokaisesta saadaan kuva. Ajatuksena on kuitenkin toteuttaa studiotila niin, että kuvan voi mennä ottamaan lähes milloin vain ja studiosalamalaitteet voisi pitää paikallaan. Tämä on kuitenkin haaste, koska monessa seurakunnan tilassa on toimintaa ja on selvää, että laitteita tulnaisiin siirtämään, siitäkin huolimatta, vaikka tarkoituksena on jättää kieltomerkit laitteiden yhteyteen. Aikatauluttamisessa apuna on tiedottaja Tiina Akomeah. Viestintäkanavana on tarkoitus käyttää ohjelmaa nimeltä Katri-

naa, sähköpostia, sekä taukotilan pöydälle jätettävää lomaketta jossa selitetään kuvauksen ajatus ja siihen on mahdollista varata aika kuvaukselle. Vaikka tiedotuskanavia on näinkin monta, työntekijät ovat omissa töissään joten heidän yhteen saaminen voi olla haaste.

5 SOSIAALINEN MEDIA TYÖKALUNA SEURAKUNNAN TIEDOTUKSESSA

Sosiaaliseen mediaan saa jokainen luoda sisältöä ja se on vapaasti kaikkien nähtävillä, käyttäjän yksityisasetuksien määrittelemissä puitteissa. Sosiaalisessa mediassa tieto voi levitä kulovalkean tavoin minuutissa. Sosiaalinen media on nykyaikaa, sitä ei voi kukaan kiistää. Varsinkin nuorisotyössä, nuoret viettävät paljon aikaa sosiaalisessa mediassa. Nykypäivänä kun älypuhelimet ovat yleistyneet, sosiaaliseen mediaan voi olla kirjautuneena koko ajan, eikä ihminen on koko ajan tavoitettavissa sitä kautta. Onneksi myös seurakunta on vastannut tähän tarpeeseen ja yhä useampi seurakunta vaikuttaa netissä ja esimerkiksi Facebookissa on lukuisilla seurakunnilla omat sivunsa josta käyttäjä voi käydä tykkäämässä ja näkee täten reaaliajassa kaikki mainokset ja tietää mitä seurakunnassa on tarjolla. On kuitenkin olemassa myös muita sosiaalisen median palveluita. Niitä on Facebookin lisäksi esimerkiksi Whatsapp, Instagram ja Snapchat, joita erityisesti nuoret käyttäjät tykkäävät käyttää.

Whatsapp toimii kuin mikä tahansa viestisovellus kännykässä ja siihen on helppo luoda ryhmiä esimerkiksi rippikoulun isosia varten ja se toimii hyvin tiedotuskanavana pienille ryhmille. Hyvä puoli Whatsapp:ssa on se että viestittely ei maksa mitään, koska nykyään älypuhelinliittymissä on jo valmiina datapaketti, jolla intranetiä käytetään. Täten seurakuntalaislekaan ei tule ylimäärästä maksua, viestitellessä esimerkiksi juuri rippileirin tai muun asian takia. Whatsapp:ssa voi myös lähettää kuvia, eikä tästäkään tule ylimääräistä maksua, kuten multimediamiestillä pistettäessä. Ongelmaksi voivat kuitenkin nousta se, että jotkut tärkeät viestit voivat hukkuu jos keskustelu käy kiivaana. Viestit toki pysyvät puhelimen muistissa, mutta jos keskusteluja ei tiedä ylempänä olevaa tärkeää viestiä, ei hän osaa sitä myöskään etsiä.

Instagram on tärkeä mainostuskanava nuorten keskuudessa. Facebookin tavoin Instagramissa, ei ole käynyt vielä niin, että nuoret lakkaavat käyttämästä palvelua siitä syystä,

että heidän vanhempansa tai muut vanhemmat rupeavat myös käyttämästä palvelua. Ongelmaksi nousee myös vasta Instagramiin lisätyt algoritmit, joka valitsee uutisvirtaan kuvia käyttäjän tykkäysten perusteella. Samat algoritmit ovat käytössä myös Facebookissa. On siis luonnollista että algoritmit tulivat käyttöön myös Instagramiin, koska Facebook omistaa Instagramin. Facebookissa tykkäykset tulivat käyttöön vuonna 2009. Kun käyttäjä tykkää toisen käyttäjän päivityksestä, Facebookin ei tarvitse arvailla millaisesta sisällöstä käyttäjä tykkää ja tämän perusteella algoritmit kokoavat käyttäjän uutisvirtaan juuri sitä sisältöä jotka sopivat hänen aikaisempiin tykkäyksiin. Tämän perusteella käyttäjä saadaan viihtymään palvelussa pidempään, koska hän näkee juuri sitä sisältöä josta hän itse pitää. (Helsingin Sanomat 2017.) Tämä pätee siis myös Instagramiin. Eli käyttäjien kuvat eivät tule enää kronologisessa järjestyksessä, vaan algoritmien mukaan. Se miksi tämä on seurakunnalle ongelma, on se, että jos käyttäjä ei ole tykännyt seurakunnan päivityksistä, hänen uutisvirtaan ei välttämättä tule ollenkaan seurakunnan päivityksiä. Vaikka käyttäjä muuten haluaisikin niitä nähdä, vaikka tykkää-painiketta, tai sydämen kuvaa ei olisi painanutkaan. Tällä tavoin moni käyttäjää kiinnostava päivitys voi jäädä näkemättä. Toki Instagramistakin saa sellaisen toiminnon päälle, jolla josta kännykkään tulee ilmoitus jokaisesta seurakunnan käyttäjällä laitetusta kuvasta, mutta jos yksi päivitys kymmenestä on käyttäjää koskeva, ei jokaisesta kuvasta halua ilmoitusta koska se on vain häiritsevää.

6 MAINOSTEN KÄYTÄNNÖN TOTEUTUS

Mainoksia on lähdetty toteuttamaan pitkälle sillä ajatuksella, että sitä voisi tehdä yhdessä vapaaehtoisten kanssa. Seurakunnassa oli selkeää kiinnostusta valokuvausta kohtaan ja tähän oli hyvä tarttua tiedotukseen liittyen. Osa seurakuntalaisista on pitkään kertonut siitä, että eivät ole löytäneet paikkaansa seurakunnassa, koska eivät koe, että puhuminen seurakunnan edessä olisi heille ominaista. Se, että tiedotusta, tehdään enemmän seurakuntalaisten toimesta, lisää seurakunnan monimuotoisuutta niin, että yhä enemmän seurakuntalaiset löytävät paikkansa seurakunnan sisällä ja voivat laittaa lahjansa seurakunnan käyttöön. Mainoksien teossa mahdollisuudet ovat rajattomat, vaikka seuraavaksi puhutaan paljon valokuvauksesta voi mainoksia esimerkiksi piirtää, tai yhdistää näitä kahta työtappaa. Tärkeätä on, että viranhaltijalla ei ole liian selkeätä ajatusta siitä, mitä valmiin lopputuloksen tulisi olla. Näin seurakuntalaiset pysyvät oikeasti vaikuttamaan lopputulokseen ja heidän panoksensa seurakunnan toiminnassa kasvaa ja tehtävä tuntuu mielekkäältä. Tästä voi seurata se, että lopputulos ei ole sellainen, kuin viranhaltija on ajatellut, mutta sillä ei ole merkitystä, sillä mainoksen ulkoasu on tällöin enemmän seurakuntalaisten näköinen ja heidän hyväkseen työtä tehdään. Luterilaisten seurakuntien pitäisi ottaa tässä enemmän mallia vapaista suunnista, heillä on paljon vähemmän työntekijöitä joten seurakunta on paljon tiiviimpi, koska jokaiselle yritetään räätälöidä sopiva tehtävä seurakunnassa. Näin jokaisen ihmisen panos on tärkeä (Hintsu, 2017.) Vaikka tämä ei tarkoita sitä, että viranhaltijoita pitäisi tästä syystä vähentää, mutta asennemaailman olisi hyvä miettiä siihen suuntaan että asioita ei tarvitse suunnitella liian loppuun asti. Tähän olen pyrkinyt myös käytännön toteutuksessa siitä lisää seuraavissa kappaleissa. Mainoksien myötä sosiaaliseen mediaan on voinut laittaa laadukkaampia mainoksia jotka ovat seurakuntalaisten näköisiä, koska seurakuntalaiset ovat osallistuneet mainoksien toteuttamiseen.

6.1 Enemmän kuin puuseppä – välähdyksiä Jeesuksen elämästä Markuksen evankeliumissa

Opinnäytetyöni käytännöntoteutus alkoi syksyllä 2015, kun seurakuntamme pastori, kysyi minulta toteuttaisinko mainoksen Markuksen Evankeliumia käsittelevään opetussarjaan, jossa käytäisiin luku luvulta lävitse koko Markuksen Evankeliumi. Opetussarjan otsikoksi pastori antoi ”Enemmän kuin puuseppä – välähdyksiä Jeesuksen elämästä Markuksen evankeliumissa”. Oli siis selvää että mainoksen aihe käsittelee puutyötä ja tarkemmin Jeesusta käytännön työssä. Hyvin varhaisessa vaiheessa kysyin seurakuntalaisia mukaan tekemään mainosta. Kuvaa lähdettiin suunnittelemaan paperille ja idea kuvasta piti saada kaikkien kuvaa tekemässä olleiden tietoon siten, että jokainen ymmärtää mistä on kyse. Vielä tässä vaiheessa kuvan idea jalostui ja kehittyi entisestään, jokaisella oli siis sanansa sanottavana ja jokaisen ideat otettiin huomioon, jotta kuvasta tuli mahdollisimman hyvä. Kaikki mukana olleet olivat valokuvauksen harrastajia ja yksi tehnyt sitä jopa työkseen ja pitänyt näyttelyitä ympäri suomea, jotka ovat saaneet alan professorilta hyvää palautetta. Myös ekumeniaa harjoitettiin mainosta toteutettaessa, sillä mainoskuvaus tapahtui juuri rakenteilla olevassa Alajärven helluntaiseurakunnan leirikeskuksessa, myös seurakunnan johtava pastori oli mukana tekemässä ja toteuttamassa kuvaa. Helluntaiseurakunnan leirikeskus Iruujärven rannalla valikoitui kuvauspaikaksi siitä syystä, että puitteet olivat kunnossa kuvausta ajatellen, sillä ympäristössä oli sopivasti pölyistä ja sahanpurua oli siellä täällä. Projektiin käytettiin paljon aikaa sillä, kuva piti suunnitella ja kuvaa tekemässä yhteensä 5, joista valokuvauksen ammattilainen hallitsi valaisun studiosalamalaitteilla. Tarvikkeita kuvaan piti haalia seurakuntalaisilta, esim. höylä ja roolivaatteet Jeesusta esittävälle henkilölle.

Itse kuvausaika joka oli myöhään syksyllä, jopa alkutalvea. Tämä siinä mielessä hyvä, että ilta oli jo erittäin pimeä, joten tilan sai todella pimeäksi. Käytössämme ei ollut oikeita studiotiloja taustakankaineen, vaikka salamaa käytettiinkin, taustan oli tarkoitus olla musta. Taustan pimeys oli kuvassa erittäin oleellista, kun tarkoitus oli selkeästi harrastaa kuvakerrontaa, siten että, kuvasta välittyy tietty salaperäisyys joka aukeaa, kun tulee tapahtumaan ja oppii asioita

Jeesuksesta. Kuvan lavastus oli myös tarkkaa, koska sahanpurun piti olla oikealla paikalla, jotta tilanne näyttää siltä, että työtä ollaan aidosti tekemässä. Salamalaitteiden sijainti oli tärkeää, jotta valaistus olisi juuri sellainen kuin lopputulos oli ajateltu. Mallin ohjaus oli tärkeää myös valaistuksen ja muun kuvan onnistumisen kannalta, jotta valo myötäilee mallia halutulla tavalla ja että malli on muutenkin luonnollisessa asennossa. Kuva rakentui siis monesta pienestä yksityiskohdasta.

Koko tilanne oli hienolla tapaa todella yhteisöllistä. Mainoskuvauksen lomassa saimme tällä samaisella seurueella olla kuvaamassa revontulia ja syödä grillimakkaraa. Näin tilanteesta ei ollut hyötyä vain seurakunnan mainoksen kannalta vaan saimme viettää aikaa yhdessä. Näin yhdellä kuvalla voi olla iso merkitys, jotta voi saada ihmisiä seurakunnan toimintaan mukaan. Näin seurakuntalaisten oli helppo osallistua itse opetussarjaan mukaan, koska olivat saaneet itse osallistua tilaisuuden valmisteluihin, käyttäen omia vahvuuksiaan.

Kun kuva oli otettu, työ ei missään tapauksessa ollut vielä ohitse. Kun kuva oli otettu, se oli vasta raakaversio, tietokoneella alkoi varsinainen kuvan työstö. Kuvaa piti käsitellä. Tässä vaiheessa ei ollut enää seurakuntalaisia mukana, joskin laitoin aina välillä heille kuvan näytille, kysyäkseni, että onko käsittely menossa oikeaan suuntaan. Niin kuin kuvan ottamiseen, myös käsittelyyn meni paljon aikaa. Vaikka tila jossa kuva otettiin, oli pimeä, salamalaitteista pääsi vuotamaan valoa hieman koko huoneeseen. Kuvassa näkyi siis seiniä, jota käsittelyssä piti saada tummaksi, jopa mustaksi. Koska kuva oli otettu raw-muodossa, eli raakatiedostona, käsittely oli helppoa, koska niin paljon pystyy tekemään jälkikäteen, joka otettiin jo huomioon kuvaustilanteessa. Kun kuvan käsittely oli tehty, alkoi itse mainoksen teko. Tekstien sommitelu, tekstin värit, kirjasintyyppin eli fontin valinta yms. Tähänkin kului kosolti aikaa. Tämän osuuden mainoksesta tein älypuhelimella. Vaikka itse mainos oli valmis, ei työ ei suinkaan loppunut vielä siihenkään. Vein kuvan yritykseen tulostettavaksi ja työ jatkui siellä. Värit näyttivät eri näytöillä erilaisilta, joten yrityksessä oli säädettävä värit kohdalleen jotta ne vastaisi-

vat haluttua lopputulosta. Pastori ja itse tekijät olivat mainoksen lopputulokseen todella tyytyväisiä. Lopputulos vastasi visiota ja seurakuntalaiset kokivat työnsä mielekkääksi ja tärkeäksi.

6.2 Mainos Diakoniakirpputorille

Seuraava mainos, jota lähdettiin työstämään, yhdessä seurakuntalaisen kanssa sai alkunsa omasta aloitteestamme 2016 syystalvella. Olimme ajatelleet harjoitella asetelmakuvausta. Jonka myötä menimme katsomaan, millaisia tuotteita seurakuntatalon Diakoniakirpputorilla on esillä. Ryhdyimme keräämään erilaisia myyntiartikkeleita joita asetelmaan voisi laittaa, kuten lampuja, kirjoja ja kahvisetti. Rakensimme valokuvausstudion seurakunnan äänitysstudioon, joka oli rauhallinen paikka toteutukseen. Veimme sinne pöydän johon rakensimme asetelman ja valaisimme sen studiosalamalaitteilla. Tämän jälkeen ryhdyimme ottamaan lukuisia testiotoksia, jonka myötä muutimme asetelmaa lukuisia kertoja, jotta asetelmasta tuli halutun näköinen. Taustakangastakin tarvitsi muuttaa lukuisia kertoja, jotta väri saatiin oikeaksi. Aluksi käytimme ruskeaa lakanaa, loppujen lopuksi päädyimme käyttämään mustaa takkia, koska muuta mustaa kangasta ei ollut.

Kuvausten lomassa syntyi ajatus että kuvat voisi heti valjastaa hyötykäyttöön Diakoniakirpputorin hyväksi, sillä kirpputorin mainostus oli ollut tähän mennessä hyvin vähäistä. Lähdimme toteuttamaan kirpputorin mainosta sillä ajatuksella, että kuva näyttäisi vanhan sisustuslehden kansikuvalta. Kuvan ottamisen jälkeen pitikin ruveta käsittelemään kuvaa halutulla tavalla jotta ajatus sisustuslehden kansikuvasta voisi toteutua. Päätinkin jo lähettää kuvaustilanteessa yhden version diakoniakirpputorista vastaavalle diakonille, että kelpaako hänelle mainos tällaisella idealla. Hän antoi suostumuksensa ja tämän jälkeen valitsimme parhaan kuvan mainosta varten. Tämän jälkeen alkoi kuvan käsittely ja lukuisien versioiden, tekstin som-

mitteluiden ja fonttien muutoksien jälkeen olimme lopputulokseen tyytyväisiä. Annoin valmiin lopputuloksen diakoniatyöntekijälle ja kuvaa näkee kauppojen seinällä vielä vuosi mainoksen tekemisen jälkeen.

6.3 Lutherin virsiä – konsertti

Lutherin virsiä- mainos jonka tuotto meni yhteisvastuu-keräyksen hyväksi, sai alkunsa kanttorin pyynnöstä, johon lupauduin, jos saan toteutettua mainoksen vapaaehtoistyönä. Sain seurakuntalaisen mukaan toteuttamaan mainosta ja kuvan valmistelu alkoi samasta studiosta jossa Diakoniakirpputorille tehty mainos sai alkunsa. Otimme jälleen lukuisia raakakuvia ideasta jossa Luther on kirjoittamassa virsiä. Sitten lähetin kuvan kanttorille hyväksyttäväksi ja pyysin tarkempia tietoja jota mainokseen halutaan tekstiksi. Idea sai hyväksynnän ja lopullinen suunnittelutyö ja rekvisiitan haaliminen alkoi. Hain todella vanhan näköisiä kirjoja seurakuntamme arkistosta rekvisiitaksi ja kävin ostamassa mustepullon kirjakaupasta ja Lutherille kaavun seurakunnan roolivaatevarastosta. Pohdimme seurakuntalaisen kanssa mikä olisi hyvä ympäristö ottaa kuva mainokseen. Päädyimme seurakuntamme leirikeskuksen saunatupaan, siitä syystä koska se on tehtyä hirrestä ja kalusteena hirrestä valmistettu pirtin pöytä. Nämä sopivat täydellisesti kuvan ympäristöksi. Asettelimme jälleen vanhat kirjat ja muuta rekvisiitat edustavasti pöydälle ja löysimme saunatuvasta vielä kynttilän, minkä laitoimme palamaan elävöittämään kuvaa. Valaistuksena toimivat jälleen studiosalamat. Seurakuntalainen toimi tällä kertaa Lutherina ja lukuisten korjailujen jälkeen saimme kuvan onnistumaan ja olimme siihen tyytyväisiä. Vaikeutena oli saada entisajan tunnelma välittymään kuvasta. Yritimme löytää rekvisiitaksi sulkakynän jota emme ikinä löytäneet ja tämä oli ainut asia joka jäi harmittamaan kuvaan liittyen. Jälleen käsittelin kuvan ja sommittelin halutut tekstit kuvaan jonka jälkeen lähetin sen kanttorille hyväksyttäväksi. Mainos sai hyvin näkyvyyttä sillä se oli molemmissa paikallislehdissä jotka Alajärvellä ilmestyvät ja tämän lisäksi niitä oli levitettyinä julisteina kauppojen seinillä. Mainos sai kehuja ja kiitosta seurakuntalaisilta.

7 POHDINTA

Työn tekemisellä on ollut omat haasteensa. Olen huono ollut keskittymään kahteen asiaan yhtä aikaa. Tässä tapauksessa tarkoitan sitä, että käytännön toteutuksessa en tullut kirjottaneeksi ylös kaikkea mitä tulin tehneeksi. Tämä aiheuttaa paineita kirjoittamiseen, kun kaikki asiat eivät pysy mielessä siinä että mitä olen työn toteutusosassa tehnyt. Kirjoittaminen on minulle muutenkin haasteellista. Tämän vuoksi Opinnäytetyö tuottikin minulle paineita ja tästä syystä aloittaminen venyi. Toteutusosa oli kuitenkin minulle helppoa ja mielekästä. Helppoa siitä syystä että sain toteuttaa sitä päivätyöni ohella ja mielekästä siitä teki se, että sain tehdä sitä mistä itse tykkään.

Erityisen antoisaa opinnäytetyöhön liittyen oli mainoksiin liittyvä valokuvaus jota saimme toteuttaa yhdessä vapaaehtoisten kanssa. Tämä antoi yllättäen näkökulmaa koko seurakuntatyöhön, eikä vain tiedotukseen liittyen. Kaikkea työtä on tärkeä lähteä pohtimaan siltä kannalta, että voisiko tässä olla jollekin seurakuntalaiselle palvelupaikka. Monesti on helpompi tehdä työt itse ja näin varmistua siitä että työ tulee hoidettua. Tämä ei ole kuitenkaan tarkoitus. Työssämme on ensiarvoisen tärkeää se, että jokaiselle voisi löytää paikkansa. Tämän myötä oma työnimike nuorisotyönohjaaja on alkanut tuntua entistä rakkaalta ja olen nähnyt sen aivan uudessa valossa. Tarkoitukseni ei ole tehdä nuorisotyötä, vaan ohjata sitä. Jos, itse olen aina tekemässä ja nuoret katsomassa, silloin en ole onnistunut työssäni, koska nuoret eivät ole löytäneet paikkaansa toimia. Myös vapaaehtoiset kokivat onnistuneeksi sen että saivat olla tekemässä. Näin ollen on helppo sanoa, että kaikki työ pitäisi lähteä pohtimaan siltä kannalta, että mitä seurakuntalainen voisi tehdä. On hyvä myös muistaa että seurakuntalainen on tärkeä ottaa mukaan suunnittelemaan ja ideoimaan työtä jo suunnitteluvaiheessa. Työntekijä ei itse pysty näkemään koko seurakuntatyön mahdollisuuksia, vaan on tärkeä ottaa mukaan eri näkökulmia, joita on juuri niin monta kuin seurakuntalaisia. Tähän on hyvä ja opettavainen kohta myös Raamatussa: Kristus on niin kuin ihmisruumis, joka on yksi kokonaisuus mutta jossa on

monta jäsentä; vaikka jäseniä on monta, ne kaikki yhdessä muodostavat yhden ruumiin (1. Kor. 12:12).

Koin että Internet-sivujen uusiminen ei onnistunut halutulla tavalla ja niiden kehittäminen jatkuu yhä opinnäytetyön valmistumisen jälkeenkin. Toki syy heikkoon palautteeseen ei ole kaikilta osin minussa, vaan Lukkari-kotisivupohjasta josta olen kuullut kritiikkiä muutenkin. Toki on selvää, että uudistus tuottaa aluksi ongelmia, koska sivut eivät ole tuttuja, joten on vaikea lähteä kommentoimaan lopullista uudistuksen onnistumista ennen, kuin sivut ovat tulleet tutuksi. Tässä on tullut tutuksi myös se, että palaute mikä tulee, ei ole aina rakentavaa, eikä haluta ottaa asiasta tarkemmin selvää vaan, kun huomataan uudistus, se aiheuttaa negatiivisia tunteita. Palautteessa on harvoin tullut ilmi, että mitä pitäisi tehdä toisin ja mikä helpottaisi sivujen käyttöä. Tämän myötä sivuja on hyvin haasteellista kehittää.

LÄHTEET

Ahonen, L. & Luoto S. 2015. Markkinointi boksen ulkopuolelta. Helsinki: Talentum

Filenius, M. 2015 Digitaalinen asiakaskokemus – menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä: Docendo

Flyktman, R. 2008. Digikamera tehokäytössä. 3. laajennettu painos. Helsinki: Readme.fi

Facebookin käyttöehdot WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.facebook.com/legal/terms>. Luettu 4.9.2017

Hintsa, J. 2017. Ammattivalokuvaajan henkilökohtainen tiedonanto, keskustelu. 22.1.2017.

Lukkarikoulutus. Seurakuntien verkkosivujen julkaisujärjestelmän koulutus. Live-lähetys Youtubessa (Ei julkisessa käytössä). 15.09.2016

Marko Sagulin Seurakunnan kolminaisuus 2015. Opetus Youtubessa. Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=goOAuivRFXw&t=1073s>. Viitattu 21.9.2015.

Tekijän sukunimi, etunimen ensimmäinen kirjain. Julkaisuvuosi. Teoksen nimi. Painos (mikäli muu kuin ensimmäinen). Kustannuspaikka: Kustantaja.

Kormilainen, V., Ahonen, J., & Ijäs, J. 2016 Somempi seurakunta. Kirjapaja

Malmelin, K. 2013. Seurakuntien Viestintäkirja. Kirjapaja

Nordberg, K. & Vuorenmaa, T-J. 2006 Valokuvaajan uusi tekijänoikeusopas. PDF-dokumentti. Kustannusosakeyhtiö Musta Taide. Helsinki. Saatavissa: http://www.finnfoto.fi/files/2007/12/valokuvaajan_tekijanoikeusopas.pdf. Luettu 4.9.2017

Peruskuvaukset Jäsen 360° -segmenteistä. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.jäsen360.fi/17-jäsen-360-analyysi-seurakuntavaaleista>. Luettu 21.09.2016

Raamattu

Similä, V. 2017. Algoritmi ajaa autoa ja käy pörssikauppaa – nyt kerromme, mikä se algoritmi on. artikkeli Saatavissa: <http://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000005034336.html>. Luettu: 18.1.2017.

Koulutuksella yhteinen näky työn suunnasta. WWW-dokumentti. Saatavissa:
<https://www.jäsen360.fi/koulutus>. Luettu 21.09.2016

Tekijänoikeuslaki. 8.7.1961/404 Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1961/19610404>

Enemmän kuin puuseppä – välähdyksiä Jeesuksen elämästä Markuksen evankeliumissa



**ENEMMÄN KUIN
PUUSEPPÄ**

VÄLÄHDYKSIÄ JEEСУKSEN ELÄMÄSTÄ
MARKUKSEN EVANKELIUMISSA

KIRKONTUVALLA
TORSTAISIN KLO 18
10.3-21.4 VÄLISENÄ
AIKANA

Opettajina: Harri Silvolahhti,
Hannu Kujala, Ville Joensuu
ja Ari Auranen

Mainos Diakoniakirpputorille

DIAKONIA KIRPPUTORI

Yhteyshenkilö:
Diakoni Ulla Niskala
Puh: 050 525 3399

SEURAKUNTATALON
ALAKERRASSA

Keskiviikkoisin

10-18

Tarjolla kahvia ja
korppua!



Kuva: Panu Malkasilta Valaisu: Jouni Hintsa

Lutherin virsiä – konsertti



LUTHERIN VIRSIÄ
konsertti

MUKANA GABRIEL-KUORO,
LEHTIMÄEN KAPPELIKUORO,
PLICAE VOGALIS JA CAPRICCIO
ENSEMBLE

ALAJÄRVEN KIRKOSSA
SU 19.3. KLO 18