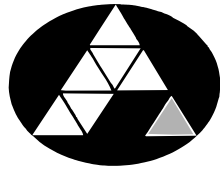


**POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULU**  
Viestinnän koulutusohjelma

Katja Laasonen

**JOENSUUN HELLUNTAINUORTEN VERKKOVIESTINNÄN  
KEHITTÄMINEN**

Opinnäytetyö  
Marraskuu 2012



POHJOIS-KARJALAN  
AMMATTIKORKEAKOULU

**OPINNÄYTETYÖ**  
**Marraskuu 2012**  
**Viestinnän koulutusohjelma**

Länsikatu 15  
80110 Joensuu  
p. (013) 260 6991 p. (013) 260 6906

Tekijä  
Katja Laasonen

Nimeke  
Joensuun helluntainuorten verkkoviestinnän kehittäminen

Tiivistelmä

Seurakuntien tulee tavoitteidensa toteutumiseksi valjastaa käyttöönsä sosiaalisen median viestintäkeinot. Opinnäytetyön tarkoitus on selvittää kuinka Joensuun helluntainuorten verkkoviestintää voisi kehittää ja mitä tarpeita, toiveita ja tavoitteita Joensuun helluntaiseurakunnan nuorilla on verkkoviestinnälle. Toinen tarkasteltava kysymys on, millainen rooli sosiaalisella medially on kristillisessä verkkoviestinnässä.

Tutkimusaineistona käytettiin Joensuun helluntaiseurakunnan nuorisopastori Eero Haaralan haastattelua, olemassa olevien kristillisten verkkosovellusten arviointia ja kohderyhmän otokselle tehtyä kyselyä.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että tärkeimpiä ominaisuuksia seurakunnan nuorten toiveidenmukaisessa verkkosovelluksessa ovat päivittyvyys, informaation paikkansapitävyys, monipuoliset esitystavat ja vuorovaikutteisuus. Todettiin, että sosiaalisella medially on suuri merkitys seurakunnan nuorten välisessä verkkoviestinnässä ja sen käytön toivotaan kehittyvän seurakunnassa.

Kieli  
suomi

Sivuja 46  
Liite 1  
Liitesivumäärä 7

Asiasanat

sosiaalinen media, verkkoviestintä, kristillinen, nuoret



NORTH KARELIA  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

**THESIS**  
**November 2012**  
**Degree Programme in Communication**

Länsikatu 15  
FIN 80110 JOENSUU  
FINLAND

Author  
Katja Laasonen

Title  
Developing Web Media Communication of Joensuu's Pentecostal Youth

#### Abstract

If churches want to fulfil their purpose they must be familiar with the most recent means of communication: the social media. The aim of this thesis is to examine ways to improve the communication within Joensuu's Pentecostal Youth as well as find out the needs, hopes and goals of the target group for web communication. In addition this thesis assesses the role social media has in communication within the Christian churches.

The interview of Joensuu's Pentecostal church youth pastor, the evaluation of existing Christian web pages and the query made for the target group was used as material. The summary based on these materials presents the conclusions that work for the target group.

The research shows that the most important qualities in the web application for the target group are updating of content, the verity of the information, multiple presentation techniques and the communication. It was discovered that social media has great role in the communication between the youth of the church and the use of social media should progress in church.

Language  
Finnish

Pages 46  
Appendices 1  
Pages of Appendices 7

#### Keywords

Social media, web communication, Christian, youth

# Sisältö

Tiivistelmä

Abstract

1	Johdanto .....	5
2	Lähtökohdat .....	6
2.1	Kohderyhmänä Joensuun helluntaiseurakunnan nuoret .....	6
2.2	Viestintä Joensuun helluntaiseurakunnassa .....	8
3	Verkkoviestinnän tavoitteet seurakunnissa.....	11
4	Kristillisuus sosiaalisessa mediassa.....	13
4.1.	Sosiaalinen media.....	13
4.2.	Seurakunnat sosiaalisessa mediassa .....	14
4.3	Kristilliset yhteisöt Facebookissa.....	15
4.4	Kristilliset blogit.....	16
5	Tutkimusongelma.....	17
6	Tutkimusmenetelmät .....	18
6.1	Laadullinen tutkimus .....	18
6.2	Aineistonkeruumenetelmät .....	19
7	Kristillisten verkkosovellusten analysointi.....	21
7.1	Tutkittavien kohteiden rajaaminen.....	21
7.2	Arviointiperusteet.....	22
7.3	Tutkittavat kohteet.....	24
7.3.1	Radikaali .....	24
7.3.2	Hengenveto .....	24
7.1.3	Fleim.....	26
7.1.4	Nuotta .....	27
7.4	Yhteenveto .....	28
8	Kyselyn tulokset.....	31
8.1	Facebook-ryhmä.....	31
8.2	WWW-sivujen Nuoret-sivu .....	32
8.3	Verkkosovelluksien käyttö.....	32
8.4	Verkkoviestintään osallistuminen ja vaikuttaminen.....	33
9	Konsepti.....	34
9.1	Sisältö .....	34
9.2	Toimitus ja ylläpito.....	39
9.3	Julkaisualusta .....	40
10	Pohdinta .....	43
	Lähteet.....	46

Liite

Liite 1      Kysely

## 1 Johdanto

Vuorovaikutteisuus ja sosiaalinen media ovat tämän hetken viestintätrendit. 1990-luvun lopusta lähtien perinteinen media yksin ei ole riittänyt viestintätarpeiden täyttämiseen. Verkkomedia ja internet tarjoavat tehokkaan viestintätavan ja tehokkaita palveluita. Internetin vahvuudet viestinnässä ovat maailmanlaajuisuus, nopeus, vuorovaikutteisuus ja monipuoliset esitysmuodot. (Jussila & Leino 1999, 27). Yrityksille internetsivut ovat käyntikortti maailmaan, mutta myös uskonnolliset toimijat tarvitsevat verkkoa, vaikka eivät tavoittelisikaan taloudellista voittoa. Kuten muillakin instituutioilla, myös kristityillä kirkkoilla, seurakunnilla ja yhteisöillä on haasteensa vastata virtuaalisen maailman laajenemiseen. (Bazin & Cottin 2004, 1). Joensuun helluntaiseurakunnan nuoret ovat kokeneet, etteivät he käytä verkkoa omien tarpeidensa ja tavoitteidensa täyttämiseksi.

Teoksen *Virtual Christianity* (Bazin & Cottin 2004) johdannossa kritisoidaan tilannetta, jossa seurakunnat kieltäytyisivät kokonaan osallistumasta virtuaaliseen maailmaan, sillä se olisi kieltäytymistä tulevaisuudesta ja edistyksestä. Kristillisten seurakuntien tehtävä on jakaa sanomaa Jeesuksesta Kristuksesta ja hänen teoistaan kaikkien ihmisten syntien kantajana. Tätä sanomaa kutsutaan Raamatussa myös evankeliumiksi. Raamatussa Jeesus antoi käskyn tehdä kaikista kansoista hänen opetuslapsiaan ja elämään hänen oppiansa mukaan. Jeesus sanoi myös, että kristityt tulevat olemaan hänen todistajiaan maan ääriin saakka. Tämä kristinuskon perustavoite ei kuitenkaan aina välttämättä toteudu, kun nyky-yhteiskuntamme informaatio- ja kommunikaatiokeskeisessä maailmassa teknologia on korvannut henkilökohtaisen viestittämisen. (Bazin & Cottin 2003, 4–5.)

Seurakuntien on menestyäkseen tarkoituksessaan valjastettava oma osuutensa käyttöönsä nykyajan viestinnän kentiltä. Kristinuskon levittäminen on rajoitettua arviolta 53 maassa, joten maailmanlaajuisella verkolla on aivan erityinen tehtävänsä kristillisenä viestinviejänä (*The Voice of Martyrs* 2012). Vaikka internet ei tavoita aivan “kaikkia kansoja”, on sillä maailmassa yli kaksi miljardia käyttäjää (*Miniwatts Marketing Group* 2011).

## 2 Lähtökohdat

### 2.1 Kohderyhmänä Joensuun helluntaiseurakunnan nuoret

Helluntailaisuus on lähtöisin Yhdysvaltojen herätyskristillisyydestä 1900-luvun alusta ja se on kristinuskon suurin protestanttinen suunta maailmassa. Suomeen helluntailiike rantautui Norjasta vuonna 1911. Helluntaiherätyksen nimi viittaa Raamatun tapahtumiin, jolloin ensimmäisenä helluntaipäivänä vuodatettiin maailmaan Pyhä Henki (Ahokallio, Innanen, Lauha, Lehtipuu & Salmenkylä 1995, 188). Suomen Helluntaikirkko rekisteröitiin vuonna 2003 ja siihen kuului vuoden 2012 alussa 6700 jäsentä, Suomen helluntaiseurakuntiin taas vuonna 2010 noin 46 000 jäsentä. Suomessa helluntaiherätyksen paikallisseurakunnat ovat hallinnollisesti itsenäisiä ja niitä johtaa seurakunnan vanhimmistot. (Suomen Helluntaikirkko 2012.)

Helluntailaisuuden vahvana arvona on uskonelämän ja oppien perustaminen ainoastaan Raamattuun, jota pidetään Jumalan sanana ja syntyneenä Pyhästä Hengestä. Oppi tunnustaa, että iankaikkinen Jumala on kolmessa persoonassa: Isä, Poika ja Pyhä Henki ja että Jumala on maan ja taivaan luoja. Jeesusta Kristusta pidetään Jumalan poikana ja syntyneenä Pyhästä Hengestä, ristinkuolemalla hän sovitti maailman synnit ja ylösnousi taivaaseen. Helluntailainen oppi korostaa Pyhän Hengen toimintaa ja Pyhän Hengen kastetta sekä armolahjoja, joista osallisuus kuuluu kaikille kristityille kaikkina aikoina. Helluntailainen upotuskaste liittyy Jumalan pelastustyöhön, ja se toimitetaan Jeesukseen Kristukseen uskovalle. Helluntailaiset viettävät ehtoollista Jeesuksen muisto- ja yhteysateriana. Suomen helluntailaiset tunnetaan myös kansainvälisesti laajamittaisesta lähetystyöstä. (Suomen Helluntaikirkko 2012.)

Joensuun helluntaiseurakunta perustettiin vuonna 1928 Lehmossa, minkä jälkeen toiminta siirrettiin Joensuuhun vuonna 1936. Joensuun helluntaiseurakunnan nimi vakiintui vuonna 1966. Nykyinen kirkkorakennus rakennettiin Joensuun Niinivaarantielle vuonna 1976, ja se on toiminut siitä asti Joensuun helluntaiseurakunnan toiminnan ja tilaisuuksien pääasiallisena toimipisteenä sekä työntekijöiden fyysisenä työpaikkana. (Järvinen 1978, 5; Haarala 2012.)

Joensuun helluntaiseurakunnassa työskentelee kolme pastoria; johtava pastori Kauko Vehniäinen, seurakuntapastori Vilho Savolainen ja nuorisopastori Eero Haarala. Pastoreiden lisäksi seurakunnan toimintaa pyörittää joukko vapaaehtoistoimijoita. Viikoittaisten jumalanpalvelusten ja muiden vakiotilaisuuksien lisäksi seurakunta ylläpitää useita toimintamuotoja. Osa työmuodoista on suunnattu eri elämäntilanteisiin sopiviksi, kuten lapsityö, varhaisnuorisotyö ja nuorisotyö. Lisäksi seurakunta tekee erilaisin työmuodoin lähetystyötä, diakoniatyötä, sielunhoitotyötä ja rukouspalvelua, vuokraa tiloja sekä ylläpitää kristillistä kirjakauppaa. Joensuun helluntaiseurakunnassa korostetaan myös solutyötä, jonka tavoite on pienissä ryhmissä kohdata seurakuntalaisia henkilökohtaisesti ja tutustua paremmin Jeesukseen. Jokaisen henkilökohtaisen suhteen vahvistaminen Jeesukseen on seurakunnan tärkein tavoite. (Haarala 2012; Joensuun helluntaiseurakunta 2012.)

Joensuun helluntaiseurakunnan toimintaan osallistuu viikoittain 70–80 15–29-vuotiasta nuorta, jotka muodostavat tiiviin nuorten seurakuntayhteisön. Seurakunnan nuorisotyön tavoite on kohdata nuoria ja kasvattaa yhteyttä sekä nuorten yhteisön sisällä, että kaikkien seurakuntalaisten välillä. Nuorisotyö haluaa tavoittaa nuoret myös seurakunnan ja yhteisön ulkopuolelta, nuorisopastori Eero Haaralan (2012) sanoin ”tavoitteenamme ovat kaikki Joensuun nuoret”. Pyrkimyksenä on kohdata nuoria raamatullisella rakkaudella. Opetuksellinen nuorisotyön tavoite on kertoa kaikille kristinuskon ytimeistä: Jeesuksesta kaikkien ihmisten Vapahtajana. (Haarala 2012.)

Pääasiallinen nuorten toimintamuoto ovat nuortenillat, joita pidetään lauantaisin. Nuortenillat ovat avoimia kaikille, mutta suositusalaikäraja opetuksien vaativuuden ja aihevalintojen takia on 15 vuotta. Nuortenillat koostuvat hengellisestä opetuksesta tai saarnasta, rukoilusta, gospelmusiikista, yhdessäolosta ja kahvittelusta. Nuoret kokevat illat seurakuntayhteyden kannalta erittäin tärkeiksi. Nuorteniltojen päävastuu kuuluu nuorisopastorille, jonka lisäksi toiminta ja erilaiset elementit toteutetaan vapaaehtoisvoimin. Lisäksi nuorten toimintaan kuuluu nuorille suunnattuja leirejä, tilaisuuksia ja tapahtumia. (Haarala 2012.)

## 2.2 Viestintä Joensuun helluntaiseurakunnassa

Viestintä Joensuun helluntaiseurakunnassa kuuluu pastoreiden toimenkuvaan, ja lisäksi sitä toteutetaan erilaisin seurakuntalaisten vapaaehtoistyömuodoin. Pastorit vastaavat viestinnän toimituksellisista puolista ja siitä, että sisällöntuotannossa pysytään seurakunnan linjoissa. Pääasiallisena viestintäväylänä käytetään printtimainontaa paikallisissa lehdissä, esimerkiksi sanomalehti Karjalaisen ilmoituksissa. Sisäisessä viestinnässä käytetään jaettavia kuukausitiedotteita ja -ilmoituksia. Lehti-ilmoitusten rinnalla tapahtumista viestitetään myös seurakunnan verkkosivulla, jossa tietoa seurakunnasta tarjotaan monipuolisemmin. Verkkosivuilla esitellään tapahtumainformaation lisäksi eri toimintamuotoja, kerrotaan seurakunnan ideologiasta ja linjauksista sekä pidetään kolmea blogia. (Haarala 2012.)

Viestinnän päätavoitteena on informoida seurakunnan tapahtumista ja tilaisuuksista, mutta pelkästä informatiivisuudesta on pyritty eroon. Seurakunnan verkkosivut uudistettiin kokonaan vuonna 2011, jolloin ideana oli alkaa rakentaa verkkosivujen kautta seurakunnalle omaa imagoa. Haaralan mukaan Suomen helluntailiikkeen verkkosivut yleensä luodaan tarpeen pohjalta ja niitä toimitetaan hyvin seurakuntakeskeisesti. Joensuun helluntaiseurakunta on ottanut avoimemman linjan, jossa käyttäjät voivat helpommin lähestyä melko pelkistettyjä sivuja ja niiden sisältöjä. Verkkosivut pyrkivät antamaan rehellisen kuvan seurakunnasta taiteellista ilmaisua, kuten kuvia, myöten. Oma imagoa pyritään tehostamaan kaikella sivuille tuottavalla sisällöllä, jotka liittyvät vahvasti seurakuntaan. Verkkoviestinnällä halutaan näyttäytyä käyttäjille inhimillisenä, ymmärrettävänä ja vastaanotettavana seurakuntana, sillä itse kristinuskon ideologia ei välttämättä ole helppo vastaanottaa. (Haarala 2012.)

Haaralan mukaan Joensuun helluntaiseurakunnan verkkosivujen kehitys tavoitteeseensa vaatii vielä paljon työtä, sillä resurssit ovat puutteelliset. Vapaaehtoistyönä toteutettavat elementit, esimerkiksi verkkosivujen grafiikka, ei ole jatkuvasti päivittävässä ja sisältö päivittyy liian hitaasti. Verkkosivujen päivittäminen tapahtuu sykleittäin, eikä jatkuvaa tasaisesti päivittyvää sisältöä ole saatavilla. Tämä syö verkkosivujen informaatioarvoa, käytettävyyttä, ajankohtaisuutta ja myös uskottavuutta. Imagon rakennus on joiltain osin onnistunut, mutta toimiva ja nykyihmisen tarpeisiin vastaava sivusto on vielä resurssikysymys. (Haarala 2012.)



Niin ikään vuorovaikutusta sivustolla pyritään lisäämään, ettei verkkosivujen toiminta jää vain yhdensuuntaiseksi. Tällä hetkellä käyttäjät saavat jättää rukouspyyntöjä verkkosivujen kautta, mutta esimerkiksi blogimerkinnöissä ei ole kommentointimahdollisuutta. Kommentoiminen ja palautteen jättäminen on toki yksi blogin tunnusomaisista piirteistä, mutta sen tietoinen poisjättäminen takaa sen, ettei ideologialtaan eriäviä kommentteja päästä seurakunnan sivustolle jättämään. Näin myöskään seurakunnan kannalta väärät opit tai näkökulmat eivät leviä verkkosivujen kautta. Kommentointi on jätetty harkiten pois myös kommenttien julkaisun seuraamisen vaikeuden vuoksi. (Haarala 2012.)

Seurakunnassa on otettu käyttöön erityisesti nuorille suunnattu viestintäväylä, Facebook. Seurakunta tiedostaa, että Facebookia käyttää moni nuori ja sen avulla on helppo ja nopea tiedottaa sekä linkittää erilaisia verkkokokonaisuuksia, jotka palvelevat seurakunnan tavoitteita. Seurakunnalla on Facebookissa kaksi omaa ryhmää eri-ikäisille käyttäjille, toinen nuorille ja toinen varhaisnuorille. Nuorisopastorille Facebook ei ole lähtökohtaisesti henkilökohtainen foorumi, vaan hän näkee sen nimenomaan erinomaisena työvälineenä. Facebook on nopean tiedottamisen lisäksi helppo paikka keskustella reaaliajassa nuorten kesken. Haarala kokeekin, että kynnyksellä hengellisiin keskusteluihin on verkossa usein pienempi. Ajatus seurakunnan nuorten omasta Facebook-ryhmästä on lähtenyt nuorilta itseltään ja heidän omasta tarpeestaan luoda virtuaalinen yhteisö. Haarala haluaa seurakunnan toiminnassa tukea kohderyhmältä itseltään lähteviä ideoita ja toimia näin käyttäjälähtöisesti myös viestinnässä. Facebookin nuorten ryhmää ylläpitää ja päivittää Haarala itse. (Haarala 2012.)

Facebookin rinnalla tiedottaminen tapahtuu myös seurakunnan verkkosivujen kautta. Sivuston toimintavälilehdestä löytyy Nuoret-niminen alisivu, jossa esitellään nuorten toimintaa ja kerrotaan seurakunnan ideologiasta myös nuorisotyössä. Kaikki virallinen nuorten toiminnan sisältö, kuten ilmoittautumislomakkeet löytyvät verkkosivuilta. Sivustolle on mahdollisuus ideoida ja resurssien mukaan toteuttaa oman seurakunnan tarpeisiin sopivaa sisältöä. Toiveena onkin voida joskus yhdistää esimerkiksi www-sivujen ja Facebookin syötteitä, niin että sivustoilta voisi helposti seurata kummankin palvelun toimintaa. (Haarala 2012.)



Kuva 1. Joensuun helluntaiseurakunta.fi -sivuston Nuoret-sivu (Kuva: Joensuun helluntaiseurakunta).

Nuorten sivun alasisuja, jotka johtavat uuteen sisältöön tai sivuun, ovat:

- Uutiset, joka johtaa taulukkoon, joka koostaa kaikki nuoriin liittyvät uutiset ja artikkelit
- Eeron blogi, joka on nuorisopastorin oma hengellisyyteen liittyviä artikkeleita sisältävä blogi
- Kuvagalleria, josta pääsee neljän eri nuorten tapahtuman kuvagallerioihin, aikaväliltä 2010–2012
- Makken blogi, joka on seurakuntalaisen nuoren hengellisiin pohdintoihin perustuva blogi.

Nuoret-sivun muita elementtejä ovat seuraavat linkit:

- Ohjelma, joka johtaa ohjelmakalenteriin, jossa näytetään nuoriin liittyvät tapahtumat

- Yhteystiedot, joka johtaa yhteystiedot-välilehteen, jossa esitellään seurakunnan toimiston osoite ja pankkiyhteydet. Alalinkeistä pääsee muihin yhteystietoihin, kuten pastoreiden yhteystietoihin.
- Tilaa uutiskirje, joka johtaa kenttään, johon sähköpostin jättämällä voi tilata nuorten toiminnan uutiskirjeen.

Lisäksi muita elementtejä on yksi kuva seurakuntalaisesta nuoresta. (Joensuun helluntaiseurakunta 2012.)

### **3 Verkkoviestinnän tavoitteet seurakunnissa**

Internet on hyvin monipuolinen media. Sen lisäksi että verkko on tehokas väline tiedon siirtämiseen, sillä on myös erityinen asema avoimuuden edistäjänä, joka on seurakuntien sanoman kannalta tärkeä huomio. Verkkoviestintä on lisännyt ihmisten osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksia ja sillä maailmanlaajuudessaan on ylivoimainen vahvuus lähetystyön välineenä. Internetin kautta myös muiden kristillisten medioiden seuraaminen on mahdollista; internet-radiot ja tv-ohjelmat toimivat verkossa. Toimivan verkkoviestinnän seurakunnassa tulisi vastata ihmisten tarpeisiin. Johanssonin ym. (2011) mukaan ihmisellä on kolme keskeistä viestintään liittyvää perustarvetta: (1) tarve saada tietoa, (2) halu liittyä yhteisöön ja (3) halu osallistua ja toimia yhteisössä. (Johansson, Ruotsalainen & Maunumäki 2011, 49–51.)

Tietoa tarvitaan maailmankuvan rakentamiseen. Tiedolle ja tapahtumille haetaan perusteluja ja taustoja, joiden avulla suurempien kokonaisuuksien hahmottaminen onnistuu. Kristillisessä viestinnässä tietokokonaisuuteen kuuluvat esimerkiksi yhteisöllisen uskon raamatulliset perusteet, raamattunäkemykset, seurakunnan toiminta ja historia. Internet on globaali media, mutta sen mahdollisuudet on tärkeää huomata myös lähiyhteisössä. Verkon avulla voidaan parhaimmillaan laajentaa seurakunnan vaikutusala huomattavasti sen omassa toimintaympäristössä. Sen lisäksi, että verkko tavoittaa seurakuntiin kuulumattomat henkilöt, se toimii myös oivana tiedonjakamisvälineenä seurakuntaväelle. (Johansson ym. 2011, 50–51.)

Verkkoviestinnän yleisin ongelma on vanhentunut tai virheellinen tieto, jonka seurauksena käyttäjän luottamus koko sivustoon voidaan menettää. Johansson ym. toteavatkin, että seurakuntien verkkoviestinnän ensimmäinen perusohje on tiedon helposti saaminen ja sen oikeasta paikasta löytäminen. (Johansson ym. 2011, 51.)

Tiedon saamisen lisäksi ihmisellä on tarve liittyä toisiinsa ja tarve kuulua yhteen. Monet yhteiskunnalliset muutokset kuitenkin saattavat johtaa sosiaalisten yhteisöjen hajoamiseen ja ihmisten toisistaan vieraantumiseen, eikä mielekkäitä yhteisöjä, joihin sitoutua, löydy helposti. Internet vastaa osaltaan yhteisöllisyyden tarpeeseen tarjoamalla verkkoyhteisöjä, mutta se voi rohkaista myös osallistumaan seurakunnan toimintaan. Kotiseurakuntaan kuulumisen voi verkon välityksellä ainakin osittain kokea vaikka toiselta puolelta maapalloa. (Johansson ym. 2011, 51.)

Virtuaalisessa yhteisöllisyydessä koetaan samoja asioita kuin konkreettisestikin; yhteisössä jaetaan yhteisiä kiinnostuksenkohteita, ideoita ja tuntemuksia – kaikki vain tapahtuu verkon välityksellä. (George 2006, 161). Nykyäänkin seurakuntien toimintaan sisältyvät vahvasti omakohtaiset tarinat esimerkiksi eheytymisestä, uskoontulosta tai kehitysyhteistyön saavutuksista, ja niitä voi jakaa myös verkon välityksellä. Tarinat koskettavat ja herättävät tunteita, jotka vahvistavat ihmisten sitoutumista seurakunnan elämään. Johansson ym. ehdottavat lyhyiden tarinoiden ottamista osaksi seurakunnan verkkoviestintää. (Johansson ym. 2011, 51–52.)

Yhteisöön sitoutuminen tulee parhaiten esiin sellaisen yhteisen tekemisen kautta, jolla voidaan saavuttaa elämään mielekästä sisältöä. Seurakunnan erilaiset toimintamuodot mahdollistavat omien lahjojen käytön ja palvelu- tai vapaaehtoistyöhön osallistumisen. Vapaaehtoistyötä on tehty seurakunnissa vuosikymmenien, jopa vuosisatojen ajan, ja se tarjoaa monimuotoisuudessaan paljon erilaista, eri-ikäisille ja erilaisissa elämäntilanteissa oleville yhdessä tekemisen mielekkyyttä. Tehtävän tai roolin löytäminen seurakunnassa voi tuottaa erityistä iloa, ja näitä tärkeitä rakentavia löydöksiä ohjaamassa voivat olla hyvin hoidetut seurakunnan verkkosivut. Sivuilla tulee tarjota oikeaa tietoa, innostavia tarinoita ja osallistumisen mahdollisuuksia ja näin luoda verkon avulla pohjaa aktiiviselle toiminnalle. (Johansson ym. 2011, 52.)

Kristillinen yhteisöllisyys ei ole tuore muoti-ilmiö, vaan sen lähtökohdat yltävät ajoille ennen ihmisen luomista. Tällä viitataan Isän, Pojan ja Pyhän Hengen kolmiyhteisyyteen, joka oli Raamatun mukaan olemassa jo ennen ihmistä. Yhteisöllisyys on merkittävä asia kristityn elämässä. Epäilemättä alkukristittyjenkin elämä oli hyvin yhteisökeskeistä ja kristinuskon sanoma kulki yhteisöjen keskellä, yhteisellä päämäärällä ja yhdessä tekemällä. Kristillisen yhteisön määritelmät poikkeavat radikaalistikin toisistaan. Kristillinen yhteisö voidaan määritellä sattumanvaraiseksi ryhmäksi, jossa kaikki jäsenet ovat kristittyjä tai eräänlaiseksi suhteen muodoksi, kuten Stephen B. Clark tekee (George 2006, 157 mukaan). Clark määrittelee kristillisen yhteisön joukoksi kristittyjä, joiden välillä vallitsee sisarellinen sitoutuminen. He jakavat elämäänsä keskenään ja toimivat toisistaan riippuvaisina kuin Kristuksen ruumiin osina, kuten Raamatun mukaan kuuluukin. (George 2006, 157–159.)

## **4 Kristillisuus sosiaalisessa mediassa**

### **4.1 Sosiaalinen media**

Sosiaalisiksi mediaksi kutsuttu ilmiö on melko tuore, mutta nopeasti levinnyt ilmiö, joka on muuttanut verkkoa vuorovaikutteisemmaksi ja käyttäjiensä voimasta toimivaksi viestintäympäristöksi (Alasilta 2009, 59). Sosiaalinen media terminä on vähitellen syrjäyttänyt käsitteen Web 2.0, joka aiemmin kuvasi dynaamisia palveluita tuottavan median aikakautta. Sosiaalista mediaa luonnehditaan myös yhteisölliseksi mediaksi. Anja Alasilta (2009, 58–60) käyttää koosteessaan eri lähteistä sosiaalisen median piirteistä seuraavia ominaisuuksia:

- pitää käyttäjien luomia sisältöjä arvokkaina
- huomioi pienten käyttäjäryhmien tarpeet
- mahdollistaa useita erilaisia tapoja tuottaa sisältöä
- rakentaa laajoja käyttäjien välisiä verkostoja
- synnyttää yhteistä tietoa
- luo yhteisöllisyyttä
- on jatkuvassa kehitystilassa

Verkkoon on sosiaalisen median kasvun myötä kehitetty teknisiä ratkaisuja, jotka mahdollistavat sen, että kaikki ihmiset voivat tuottaa sisältöä internetiin. Tekninen muutos nostaa verkon käyttäjien asemaa aktiivisina toimijoina Sosiaalisen verkon julkaisujärjestelmien suosion avainasemassa on niiden yksinkertainen ja helppo käytettävyys. Teknisiä sosiaalisen median ratkaisuja ovat muun muassa blogit, wikit, yhteisöt, linkkihakemistot ja virtuaalimaailmat. Myös vahvoja brändejä, kuten Facebook, on syntynyt sosiaalisen median aikakaudella. (Alasilta 2009, 59–69.)

#### **4.2 Seurakunnat sosiaalisessa mediassa**

Seurakuntien tulee tarjota keskustelua ja pohdintaa mahdollistavia työkaluja seurakuntalaisille myös verkossa, josta he vastauksia hakevat. Verkko tarjoaa yhden lähestymistavan kirkkoon ja kristillisten kysymysten äärelle sekä mahdollistaa kustannustehokkaasti suurien käyttäjäkuntien tavoittamisen kerralla. Sosiaalinen media mahdollistaa kommunikoinnin sellaistenkin ihmisten kanssa, joita kirkon työntekijät eivät fyysisesti kohtaa. (Lindfelt, Airaksinen & Paalanne 2012.)

Verkko voi auttaa myös oman uskon yksilöllistämässä sekä uskonnollisen kannan määrittelyssä. Usko ja sen rakentaminen on usein ihmiselle yksityisasia, johon verkko vastaa hyvin yksilöllisellä mahdollisuudella tutkia asioita: milloin, missä ja lähes mitä tahansa käyttäjä haluaa. Verkkokommunikaatioon kuuluu henkilökohtainen, intiimi tyyli ja näin ollen verkko mahdollistaa monilta osin yksilöllisen ohjauksen toisin kuin julkinen puhe. (Bazin & Cottin 2004, 56.)

Teologiselta kannalta kristinuskon levittäminen sosiaalisessa mediassa on suotavaa (Lindfelt, Airaksinen & Paalanne 2012). Sosiaalisen median hyödyntämistä perustellaan Raamatun lainauksin ”Menkää kaikkialle maailmaan ja julistakaa evankeliumi kaikille luoduille.” (Raamattu 2009, 1724, Mark. 16:15) (Lindfelt ym. 2012) ja ”Menkää siis ja tehkää kaikki kansat minun opetuslapsikseni” (Raamattu 2009, 1678, Matt. 28:19) (Bazin & Cottin 2003, 4–6). Sosiaalinen media antaa väylän modernille apologialle, sillä se toimii julkisen mielipiteen ilmaisukanavana, toisin kuin kirkollisessa keskustelussa, jossa oma tulkinta ja mielipide eivät ole julkista. Nimettömänä

kommentointi helpottaa jyrkänkin teologisen kannan esittämistä. Nykyihminen käsittelee todellisuuttaan verkossa, eikä kirkoissa käytetty uskonnollinen kieli aina kohtaa riittävästi nykyihmisen arkea. (Lindfelt ym. 2012.)

### **4.3 Kristilliset yhteisöt Facebookissa**

Seurakunnat käyttävät sosiaalisen median palveluista Facebookia melko ahkerasti. Useilla seurakuntaryhmittymillä on oma Facebook-sivu, -yhteisö tai -ryhmä, joita seurakuntalaiset ja toiminnasta kiinnostuneet seuraavat liittämällä niihin oman profiilinsa. Myös erilaisia sitoutumattomia kristillisiä ryhmiä on perustettu Facebookiin, esimerkiksi ”Friends of Christ”, joka on julkinen eri kansalaisuuksien käyttämä ryhmä rukouksille, ajatuksille, ideoille ja rohkaisuille. (Friends of Christ -Facebook-ryhmä 2012). Facebookin yhteisöjen suosittuutta mitataan teknisestä muodosta riippumatta käyttäjien osallistumisella; joko tykkäys-toimintojen tai ryhmän jäsenten lukumäärällä.

Esimerkiksi Keuruun helluntaiseurakunnan nuorten Facebook-yhteisö POMMIlla on 88 tykkääjää (2.10.2012). Keuruun helluntaiseurakunnan entisen nuorisopastori Ari-Pekka Koposen mukaan yhteisön tarkoitus on mainostaa nuorten toimintaa, toimia tiedotusväylänä ja osin myös tavoittaa uusia ihmisiä. Koposen mukaan Facebook-yhteisöä seurataan hyvin, mutta pääasiallisena ilmoitusväylänä toimii jatkossakin tekstiviestilista, joka on havaittu tavoittavammaksi työkaluksi. Lisäksi Keuruun helluntaiseurakunnan nuorilla on oma www-sivu [www.pommi.name](http://www.pommi.name), joka kertoo laajemmin seurakunnan nuorten toiminnasta. (Koponen 2012.)

Useiden helluntailiikkeen Facebook-ryhmien selaaminen osoittaa, etteivät Facebook-sivut pääasiassa toimi Suomen helluntaiseurakuntien eri ryhmittymien ainoana informaatioväylänä, vaan usein Facebook-sivustolle on linkitetty muu ryhmän www-sivun osoite. Www-sivun etuja ovat sen visuaalinen näyttävyys, tarkempi ja laajempi informaatio, laaja saatavuus ja persoonallisuus. Facebook-sivut, -yhteisöt ja -ryhmät hukkuvat helposti massaan ollessaan ulkonäöllisesti ja toiminnallisesti samanlaisia keskenään.

#### 4.4 Kristilliset blogit

Blogit ovat räjähdysmäisesti yleistyneet viime vuosina suomalaisessa verkkoviestintäkulttuurissa. Blogin määritelmät ovat nykyisin melko kirjavina, mutta Alasillan (Alasilta 2009, 69) keräämien tulkintojen mukaan blogeilla on seuraavia yleisimpiä luonteenomaisia piirteitä: kronologinen julkaisutapa, päivittyminen, permalinkit eli yksittäisiin kirjoituksiin ohjaavat linkit, henkilökohtainen näkökulma, vuorovaikutteisuus ja multimedia. Vuorovaikutteisuudella tarkoitetaan helppoa kommentointi- ja palautemahdollisuutta. Multimedia viittaa blogimerkintään hypertekstin lisäksi liitettyjä elementtejä, kuten kuvia, videoita ja ääntä. Blogia voi tuottaa kuka tahansa yksityishenkilö tai yritys, ja blogien suosioon liittyykin vahvasti niiden julkaisemisen ja itseilmaisun helppous. (Alasilta 2009, 31–33; 69.)

Blogien lisääntymisestä kertoo suomalaisen blogiportaali Blogilista.fi:n listoille lisättyjen blogien määrä. Marraskuussa 2012 blogeja on listattu yli 47 500, kun taas vuonna 2009 blogeja listalta löytyi reilut 22 000 (Sanoma News 2012, Tuomikoski 2009, 2). Tämän lisäksi monet bloggaajat eivät lisää blogejaan Blogilistalle, joten nykyisten blogien määrä on oletettavasti suurempi. Tarkkaa lukemaa blogien määrästä ei ole, sillä blogien ollessa enimmäkseen yksityishenkilöiden ylläpitämiä julkaisuja ”kyse on ihmisten spontaanista liikehdinnästä” (Alasilta 2009, 70).

Suomalaisessa blogimediassa ei ole erityisesti noussut julkisuuteen kristillisiä bloggaajia, mutta monet seurakuntien sivut sisältävät esimerkiksi pastorin tai seurakunnan nuoren tuottaman blogin. Blogit ovat vapaan ilmaisutavan vuoksi erinomainen väylä uskonnollisen mielipiteen ja hengellisen pohdinnan jakamiseen. Blogia ei välttämättä tarvitse sitoa organisaatioon, yritykseen tai yhteisöön, jolloin omakohtaisten kokemusten ja henkilökohtaisten mielipiteiden jakaminen on helpompaa.



## 5 Tutkimusongelma

Vaikka internetin aktiivinen käyttö lisääntyy jatkuvasti vanhemmissa ikäryhmissä, ovat nuoret yhä verkkomedian suurkuluttajia. Nuoret omaksuvat nopeasti uusia trendejä ja ovat ottaneet sosiaalisen median sekä virtuaaliyhteisöllisyyden osaksi arkipäivää. Tästä kielivät tutkimustulokset sekä tunnetuimpien yhteisöpalveluiden ja blogien suosio nuorten keskuudessa. *Verkko kasvattajana* -teoksen nuorten verkon käyttötarkoitusta kartoittavan taulukon mukaan nuoret käyttivät verkkoa eniten pikaviestimiin ja 58 % nuorista käytti verkkoa verkkoyhteisöihin (Matikainen 2008, 32–37). Tilastokeskuksen vuonna 2011 tekemän internetin ajankäyttötutkimuksen mukaan 86 % 16–24-vuotiaista suomalaisista on seurannut jotain yhteisöpalvelua viimeisten 3 kuukauden aikana. Vastaava luku esimerkiksi 45–54-vuotiailla on 29 %. Useita kertoja päivässä internetiä käyttää 73 % 16–24-vuotiaista ja 80 % 25–34-vuotiaista (Suomen virallinen tilasto 2011). Matikainen tiivistääkin, että nuoret käyttävät verkkoa varsin sosiaalisiin tarkoituksiin ja hyödyntävät sen uusia muotoja (Matikainen 2008, 32–37).

Nykyiset Joensuun helluntainuorten käytössä olevat verkkosovellukset eivät hyödynnä verkkomedian mahdollisuuksia seurakunnan tavoitteiden toteuttamiseksi. Verkkomedian tuoma mielikuva seurakunnasta toivotaan olevan vastaanottavainen, vuorovaikutteinen ja rehellisesti toimintaa kuvaava, mutta tavoitteet eivät toteudu nuorten sivustoilla. Nuoret käyttävät yhteisöllisiä palveluita ja internetiä joka tapauksessa, joten on hyödyllistä ottaa avuksi keinoja ja tapoja, jotka toimivat jo valmiiksi. Jussila & Leino (1999, 55) toteavat, että käyttäjät saadaan riittävän usein käyttämään yhteisöpalveluita ja portaaleja, mikäli viestintämuodot ovat tarpeeksi monipuolisia.

Joensuun helluntaseurakunnan nuorten Facebook-ryhmän heikkouksia ovat sen persoonattomuus, epävirallisuus ja se, ettei se ole saatavilla kaikille. Persoonattomuudella viitataan siihen, että Facebookin sivustoilla on vähäiset muokkaamismahdollisuudet ja monenlaisia arvoja omaavat Facebook-ryhmät näyttävät täysin samalta. Omaperäisyydellä voidaan saavuttaa oikeaa yleisöä ja erottua joukosta (Jussila & Leino 1999, 123). Epävirallista taas Facebookissa kommunikoinnista tekee sen keskustelunomainen viestintä ilmoitusasioissa. Facebookin yksittäisiä julkaisuja ei

voi myöskään linkittää mihinkään. Vain omalla nimellään rekisteröityneet Facebook-käyttäjät ovat nopean tiedon tavoitettavissa (Haarala 2012). Ryhmässä voidaan kokea yhteyttä, mutta kaikki eivät pääse siihen osalliseksi ja vain pieni osa ryhmäläisistä käyttää sovelluksen vuorovaikutteisia ominaisuuksia aktiivisesti (esimerkiksi kommentointi, tykkäys, jakaminen) (Facebook 2012). Haarala kokee Facebookin heikkoudeksi myös sen, että kaikki Facebookin lisätty sisältö on Facebookin omaisuutta ja sen myötä kuuluvat myös Yhdysvaltojen lainsäädäntöön (Haarala 2012).

Seurakunnan www-sivujen Nuoret-sivu ei täytä toivottuja tavoitteita, koska se on informaatiokeskeinen eikä osallistumista tarjoavia elementtejä ole. Staattisuus vie osallistumishalukkuutta, eikä uutta sisältöä päivitetä tarpeeksi usein. Blogia ei ole mahdollista kommentoida, eikä muutakaan palautetta voi sivuston kautta jättää (Haarala 2012; Joensuun helluntaiseurakunta 2012). Interaktiivisuus on tärkeä osa toimivaa palvelukokonaisuutta verkossa (Jussila & Leino 1999, 124).

Verkko on myös seurakunnan linkki nuoriin, jotka eivät uskalla, pysty tai halua tulla tilaisuuksiin tai joita seurakunta ei tavoita. Nuorten tilaisuuksien kävijämäärään (keskiarvolta 70 nuorta /nuortenilta) ja Joensuun noin 17 000 nuoren (16–29-vuotiaat) suhteeseen nähden tavoitettavia on paljon (Haarala, 2012; Tilastokeskus 2011). Nuoret käyttävät aktiivisesti joka tapauksessa internetiä, joka on aina saatavilla ja avoin kaikille rajoitteista huolimatta (Joensuu 2007, 23–24).

## **6 Tutkimusmenetelmät**

### **6.1 Laadullinen tutkimus**

Tutkimuksen tavoite on ymmärtää, millaisia verkkosovelluksia seurakunnan nuoret käyttävät ja haluavat käyttää ja millaisilla välineillä he haluavat kuvastaa toimintaansa verkossa. Tarkoitus on selvittää kohderyhmän kanta sen omien kokemusten ja mielipiteiden kautta, joten analyysimenetelmäksi sopii laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus. Tavoitteena ei ole saada tilastollisesti säännönmukaisia tuloksia, vaan päätyä

tuloksiin ihmisläheisesti ja yksilöiden käyttökokemuksia arvostaen (Alasuutari 1994, 28–30).

Eskolan ja Suonrannan (1998, 15) kuvailun mukaan laadullisella tutkimuksella pelkistetyimmillään tarkoitetaan aineistoa, joka on ilmaisultaan tekstiä, riippumatta siitä miten se on syntynyt. Laadullisen tutkimuksen prosessissa tutkimussuunnitelman eläminen ei ole haitallista, vaan näin sillä voidaan saavuttaa ilmiöin perusluonne. Ei ole tavatonta, että tutkimuksen aikana jopa tutkimusongelman luonne voi muuttua. (Eskola & Suonranta 1998, 15–16). Alasuutari painottaa laadullisen tutkimuksen hyödyntämistä arvoituksen ratkaisemisessa (opinnäytetyössä ”tutkimusongelma”) (Alasuutari 1994, 30).

Laadulliselle tutkimukselle ominaista on myös tutkijan osallistuminen tutkittavien elämään. Tällaisella kenttätyöllä saavutetaan läheinen kosketus tutkittaviin heille luonnollisessa ympäristössä ja pyrkimyksenä on saada naturalistinen ote näkökulman löytämiseen. Tutkijan tulee sekä kenttätyössä että muun aineiston analyysissä pyrkiä mahdollisimman ennakkoluulottomaan asenteeseen, ettei se vaikuta tuloksiin. Näin ollen tutkimushypoteesia ei tarvitse tai saa laadullisessa tutkimuksessa asettaa. Eskola ja Suonranta tosin epäilevät, lieneekö omien näkemysten ja asenteiden kokonaan unohtaminen tutkimustilanteessakaan mahdollista, kaikki havaintomme kuitenkin liittyvät jollain tapaa aikaisempiin kokemuksiimme. (Eskola & Suonranta 1998, 16–19.)

Laadullisessa tutkimuksessa keskitytään usein pieneen määrään tapauksia, joita pyritään perusteellisesti analysoimaan. Näin ollen laadusta tulee aineiston tieteellisyyden kriteeri, ei määrästä. Laadullisen tutkimuksen aineistonkeruussa kyse on lähes aina harkinnanvaraisesta näytteestä. (Eskola & Suonranta 1998, 18.)

## 6.2 Aineistonkeruumenetelmät

Triangulaatio tarkoittaa tutkimusmenetelmien yhdistämistä tutkimuksessa, jolla pyritään saamaan kattavampi tulos kuin yksittäisellä tutkimusmenetelmällä. (Eskola & Suonranta 1998, 69). Tässä tutkimuksessa lähestyn tutkimusongelmaani menetelmätriangulaatiolla, jonka avulla tutkin kohdetta erilaisin

aineistonhankintakeinoin. Pysin yhdistelemällä tutkimusmenetelmiä tarkastelemaan tutkittavaa kohdetta laajemmin, syventää kuvaa kohteesta ja päätyä luotettavampiin tuloksiin.

Aineiston tehtävä on toimia tutkijan apuna kun rakennetaan käsitteellistä ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä. Aineiston koko määräytyy tapauskohtaisesti, mutta voidaan ajatella, että kun uudet tapaukset eivät tuo enää tutkimusongelman kannalta uutta tietoa, aineistoa on riittävästi. (Eskola & Suonranta 1998, 60–62). On tärkeää, että analysoitava aineisto muodostaa kokonaisuuden, eli tapauksen, mutta tutkimuksen ei ole kuitenkaan tarkoitus tehdä aineistosta empiirisesti yleistäviä päätelmiä. (Eskola & Suonranta 1998, 66). Kvale (1996, Hirsjärvi ym. mukaan 2000, 58) toteaa, että nykyisin tavallinen laadullisen tutkimuksen haastateltavien määrä näyttää olevan 15 henkilöä, mutta laadullisen tutkimuksen oppaat alleviivaavat tapauskohtaisuutta (Hirsjärvi & Hurme 2000, 58; Eskola & Suonranta 1998, 62) ja sitä, ettei aineiston koolla ole välitöntä vaikutusta tutkimuksen onnistumiseen (Eskola & Suonranta 1998, 62).

Tutkimusaineiston hankintatavaksi valikoitui puolistrukturoitu kyselylomake, jolla annetaan teemojen avulla tutkittavan henkilökohtaiselle äänelle ja kokemuksen yksilöllisyydelle tilaa. Kysely sisältää joitakin valmiita vastausvaihtoehtoja, joilla on helpompi analysoida joidenkin ennalta määriteltujen kohteiden käyttöä. Teemojen avulla esitän vapaampia kysymyksiä, joilla pyrin motivoimaan vastauksia halutulle henkilökohtaiselle ja täsmennetylle tasolle. Kyselyllä pyrin selvittämään kohderyhmän motiiveja ja toiveita käyttöä seurakunnan verkkosovelluksia. Haluan myös selvittää kuinka kohderyhmänä helluntaiseurakunnan nuoret haluaisivat näkyä verkossa, mihin he itse ovat halukkaita osallistumaan ja ovatko he valmiita itse tuottamaan materiaalia verkkoon. Kysely toteutetaan sähköisellä lomakkeella, joka mahdollistaa nopeiden vastausten saamisen ja johon vastaaminen nimettömänä mahdollistaa rehelliset ja avoimemmat vastaukset. Verkkokyselyllä vastaaminen on paikasta riippumatonta ja vastaaminen tapahtuu luonnollisessa ympäristössä.

Toisena tutkimusmenetelmänä käytän kristillisten verkkosovelluksien tutkimista, jolla määrittelen olemassa olevia toimivia ratkaisuja. Tutkimuskohteesta saa kattavamman kuvan, kun jo valmiit ratkaisut tutkitaan ja analysoidaan niiden toimintamalleja. Haaste onkin määrittellä toimivuutta ulkoapäin, sillä varsinaisia käyttäjäkokemuksia kohteista

tutkimuksessa ei haeta. Tutkin olemassa olevia kristillisiä verkkosovelluksia niiden teknisten ratkaisujen, sisällön, tarkoituksen ja sen välityksen sekä käyttäjien aktiivisuuden osalta. Käyttäjien aktiivisuus toimii mittarina, jolla määritellään lopullinen sovelluksen käyttöaste. Pysin määrittelemään taulukon avulla, miten verkkosovellusten väliset erot palvelevat sivuston tarkoituksia ja kuinka ne voisivat palvella konseptini tarkoituksia.

## **7 Kristillisten verkkosovellusten analysointi**

### **7.1 Tutkittavien kohteiden rajaus**

Kristillisiä verkkosovelluksia käsittelevää kirjallisuutta on saatavana melko vähän. Jotkut teokset käsittelevät uskontoja verkkomaailmassa yleisesti ja esittelevät joitain kristittyjen käyttäytymismalleja verkossa (esimerkkinä Susan Georgen *Religion and Technology in the 21st Century* 2006). Monet kristillisyyttä ja mediaa käsittelevät teokset ovat englanniksi ja pohjaavat vahvasti yhdysvaltalaiseen mediaan ja kulttuuriin. Valmiita ratkaisuja toimivien kristillisten verkkosovellusten määrittelyyn ei ole, joten apuna on käytettävä muita verkkosuunnittelun oppaita. Toki yleisiä linjauksia ja yhdistämistä voi kristillisten ja ei-kristillisten verkkosovelluksien toimivuuden välille tehdä, sillä kyseessä on kuitenkin palvelun tai tuotteen toimivuus käyttäjälähtöisessä tarkastelussa. Koska varsinaisiin käyttäjiin ei tässä tutkimuksessa sen laajuuden vuoksi oteta kontaktia, mitataan sivustojen käyttöä sillä aktiivisuudella, joka on sovelluksesta tulkittavissa.

Tutkittavien verkkosovellusten rajaamiseen ei ole valmiita määrittelyjä. Toimin siis rajauksessa tutkimuskohtaisesti ja tutkimustavoitteitani ajatellen. Suomessa kristilliset verkkosovellukset ovat vielä tuore ilmiö, mutta joitain ennakkotapauksia ja esimerkkejä löytyy. Rajaan analysoitavat kohteet tarkoituksella suomalaisiin sivustoihin, sillä näin käyttäjämääriä ja paikallisia piirteitä on helpompi vertailla. Toinen selkeästi näkyvä piirre kohteessa tulee olla arvojen näkyminen eli kristillisuus. Voisin toki analysoida myös eri uskontokuntien verkkosovelluksia, mutta kristillisyyden ominaispiirteiden ja

muun kristillisen sisällön havaintojen vertailu on helpompaa, kun kohteina on saman uskontokunnan sovelluksia. Ei ole myöskään yhdentekevää, onko kyseessä sitoutumaton tai selkeästi arvomaailmaa ilmaiseva verkkosovellus. Koska nuoret ovat kohderyhmäni, otan myös kohteiden rajaamisessa huomioon iän, jolle kohde on suunnattu. Tarkoitus on tutkia nimenomaan nuorille suunnattujen ratkaisujen toimivuutta. Yhteenvetona tutkittavien verkkosovellusten kriteerit ovat suomalaisuus, kristillisuus ja kohderyhmänä nuoret.

## 7.2 Arviointiperusteet

”Lukijan palveleminen, vuorovaikutteisuus tai lukijan valitsema tieto on www-julkaisujen tavoite” (Metsämäki 2000, 23). Määrittelin kappaleessa 5 Verkkoviestintä seurakunnassa, miksi seurakunnat tarvitsevat verkkoviestintää ja millaisiin tarpeisiin sen tulisi vastata. Ensimmäinen tarve on tiedon saaminen ja sen avulla kokonaisuuksien ymmärtäminen. Yksi verkkosovelluksen arviointikohteista on halutun tiedon välittämisessä onnistuminen. Arvioin kuinka tieto tulee esiin sivustolla, onko sitä riittävästi ja onko se kattavaa.

Nielsen ja Tahir (2002, 10) määrittelevät sivuston käyttötarkoituksen ilmoittamisen tärkeäksi. Käyttäjän tulee nähdä yhdellä vilkaisulla, mikä on sivuston tarkoitus. Tutkin millaisilla elementeillä käyttötarkoitus kohteessa on ilmaistu ja arvioin kuinka hyvin se tulee esille.

Olen tutkimusteoriassani korostanut paljon sosiaalisen median hyödyntämistä seurakunnan verkkoviestinnässä ja vuorovaikutuksen lisäämistä käyttäjien välillä. Myös Haaralan haastattelussa kävi ilmi, että sosiaalisia ominaisuuksia halutaan hyödyntää Joensuun helluntaiseurakunnan verkkoviestinnässä ja kehittää vuorovaikutusta kaikkien osapuolien välillä. Kolmanneksi arviointikriteeriksi otan siis sosiaaliset ominaisuudet, joita sovelluksessa käytetään ja niiden aktiivisuuden. Arvioin onko kohteessa huomioitu yhteisöön liittymisen ja toimintaan osallistumisen tarve, jota Johansson ym. (2011, 51) verkkoviestinnässä korostavat.

Yhdistävään aiheeseen, kristillisyyteen, on arvioinnissa hyvä kiinnittää huomiota. Kristillisten arvojen esittäminen ja tulkinta voi olla verkossa hyvin monimuotoista, mutta koetan arvioida teoriaperustan pohjalta kohteiden kristillisyyden esitystapoja ja mielikuvia, joita niistä syntyy. Kiinnitän huomiota myös siihen, kohtaavatko ne Haaralan (2012) esittämiä toiveita verkkoviestinnästä.

Verkkosovelluksen menestystä on hankala arvioida ilman tarkkoja tilastoja käyttäjämääristä, mutta suuntaa-antavia lukuja voi löytää tarkastelulla. Kohteen suosittuutta mittaan tutkimalla sivuston aktiivisuutta; näkykö sivustolla merkkejä kävijöistä. Otan yhteyttä sähköpostitse sivujen ylläpitäjiin ja tiedustelen tarkkoja lukemia vertailun helpottamiseksi.

Arvioin yleisesti myös sivuston ulkoasua, asettelua ja käytettävyyttä. Ulkoasun arvioinnissa kiinnitän huomiota siihen, kenelle se on suunnattu ja mitä mielikuvia se herättää. Asettelussa tarkastelen elementtien sijoittelun toimimista ja käytettävyysskatsauksessa arvioin sivuston helppokäyttöisyyttä.

Arviointiperusteiden yhteenveto:

1. Tieto  
Tiedon löytyminen, kattavuus ja laajuus
2. Käyttötarkoitus  
Käyttötarkoituksen ilmaiseminen
3. Sosiaaliset ominaisuudet
4. Arvot  
Kristillisuus ja sen esittäminen
5. Populariteetti  
Suosio ja käyttäjien aktiivisuus
6. Rakenne  
Ulkoasu, rakenne ja käytettävyys

## **7.3 Tutkittavat kohteet**

### **7.3.1 Radikaali**

Radikaali kuvaa itseään Suomen suurimmaksi kristilliseksi nuorisosivustoksi, ja sen tavoitteena on toimia keskustelu- ja kohtaamispaikkana kristityille suomalaisnuorille, rohkaista uskovaisena elämiseen ja tarjota mahdollisuus esittää kristinuskoon liittyviä kysymyksiä. Radikaali avattiin vuonna 2001 ja vuonna 2004 sillä oli 5 500 rekisteröitynyttä käyttäjää. Sivuston keskustelujen kerrotaan olevan ennakkoluulottomia, vaikeitakin aiheita käsitteleviä ja monipuolisia kannanottoja kerääviä. Radikaalin toimintaa ylläpidetään ja sivustoa toimitetaan vapaaehtoisvoimin. Rahoitusta toiminta saa mainostuksesta ja lahjoituksista. (Radikaali.net 2012)

Osallistumista tarjoavia elementtejä Radikaali.net-sivustolla ovat kirjoitukset, foorumi ja chat. Kirjoitukset ovat etusivulla julkaistavia artikkelimaisia tekstejä, jotka erillinen toimituskunta tuottaa. Kirjoituksia ei voi kommentoida eikä edellisiä kirjoituksia voi lukea. Foorumilla on runsaasti eri aihepiirin keskusteluja, joihin rekisteröitymällä voi kuka tahansa osallistua. Chat-toiminta mahdollistaa rekisteröityneille reaaliaikaisen keskustelun paikalla olevien käyttäjien kanssa. Lisäksi sivustossa on Raamattuhaku-toiminto, jolla voi hakea Raamatun tekstejä hakusanalla. (Radikaali.net 2012). Radikaalista en voi liittää kuvaa opinnäytetyöhöni, sillä en saanut vastauksia kuvankappauksen käyttöoikeuksiin liittyen.

### **7.3.2 Hengenveto**

Hengenveto on Helluntaiherätyksen nuorille suunnattu sivusto, joka kokoaa yhteen tietoa kristillisistä tapahtumista, musiikista, verkkosivuista ja ilmiöistä. Sivustolla julkaistaan myös kristillisiä kirjoituksia, artikkeleita ja uutisia, joita nuoret ympäri Suomea tuottavat sivustolle. Sivustoa tuotetaan ja ylläpidetään usean helluntaiherätyksen yhdistyksen toimesta. Hengenveto-sivusto tarjoaa kattavan koosteen Suomen vapaiden suuntien seurakuntien nuorten toiminnasta ja siihen liittyvistä ilmiöistä ja kulttuurista.





Kuva 3. Hengenveto.fi-sivuston etusivu (Kuva:Hengenveto).

Sivuston sisältö liittyy vahvasti kristinuskoon ja paikoin enemmän helluntaiherätykseen ja sen tapahtumiin. Kristillisuus tulee sisällössä selkeästi ilmi. Uutiset ja artikkelit vaikuttavat asianmukaisilta, ajankohtaisilta ja laadukkailta, mutta sisältö ei päivity hyvin aktiivisesti. Uusia uutisia tulee kuitenkin kaikilta eri aihealueilta vähintään kuukausittain. Ulkoisesti Hengenveto on nuorekas, sen tausta vaihtuu aina uuden sivun latautuessa, mikä on mielenkiintoa herättävä idea. Rakenteeltaan Hengenveto on selkeä. Navigointi on melko helppoa, vaikka välilehdet on kategorisoitu erikoisesti kahteen osaan. Sivuston käyttötarkoitus ilmaistaan selkeästi erillisellä sivulla, jossa esitellään myös tekijät.

Hengenvedon sisältötuotantoon voi osallistua eri tavoin, kuten kirjoittamalla tai valokuvaamalla, mutta sisällöntuottajan täytyy olla aktiivisesti osallisena johonkin vapaasuunnan seurakunnan toimintaan ja saada suositukset omalta seurakunnalta. Sivuston tuottamiseen ei siis voi osallistua kuka tahansa. Hengenveto-sivun seinälle voi myös jättää kommentin tai ajatuksen, blogeja voi kommentoida ja sivustolla on mahdollisuus jättää palautetta (Hengenveto.fi 2012).

### 7.3.3 Fleim

Fleim on Suomen evankelis-luterilaisen kirkon rippikoulu- ja nuorisotyön verkkopalvelu, johon on koostettu suuri määrä erilaisia artikkeleja, uutisia, arvosteluja ja muuta kristillisiä ja kirkollisia aiheita käsittelevää sisältöä. Fleimistä löytyy myös yhteisö-osasto, jossa rekisteröityneet käyttäjät voivat kirjoittaa omia blogejaan ja liittyä eri alueille keskustelemaan aiheista. Erityinen välilehti sivustolla on ”Draamattu”-niminen portaali, joka omien sanojensa mukaan on ”Suomen löysäpipoisin raamattusivusto” ja johon on koostettu erilaisia videoleikkeitä, gallupeja, teemoja ja artikkeleita, jotka kaikki liittyvät Raamattuun.

Fleimin sisältö on hyvin monipuolista, sitä on runsaasti ja jopa liikaa yhdelle käyttäjälle. Sisällön runsauden vuoksi myös navigaatio ontuu; on vaikea löytää sivustolta punaista lankaa, mitkä julkaisut ovat tärkeimpiä ja mitkä julkaisut ovat uusimpia ja ajankohtaisimpia. Päänavigaatio on johdonmukainen, mutta välilehtien sisällä tapahtuva suunnistaminen vaatii enemmän sivustoon tutustumista. Myönteistä on, että uutiset ja julkaisut ovat ajankohtaisia ja ne päivittyvät usein. Sisällöstä ei käy epäselväksi, että se on nuorille ja myös varhaisnuorille suunnattua.

Kuva 4. Fleim.fi-sivuston etusivu (kuva: Fleim).

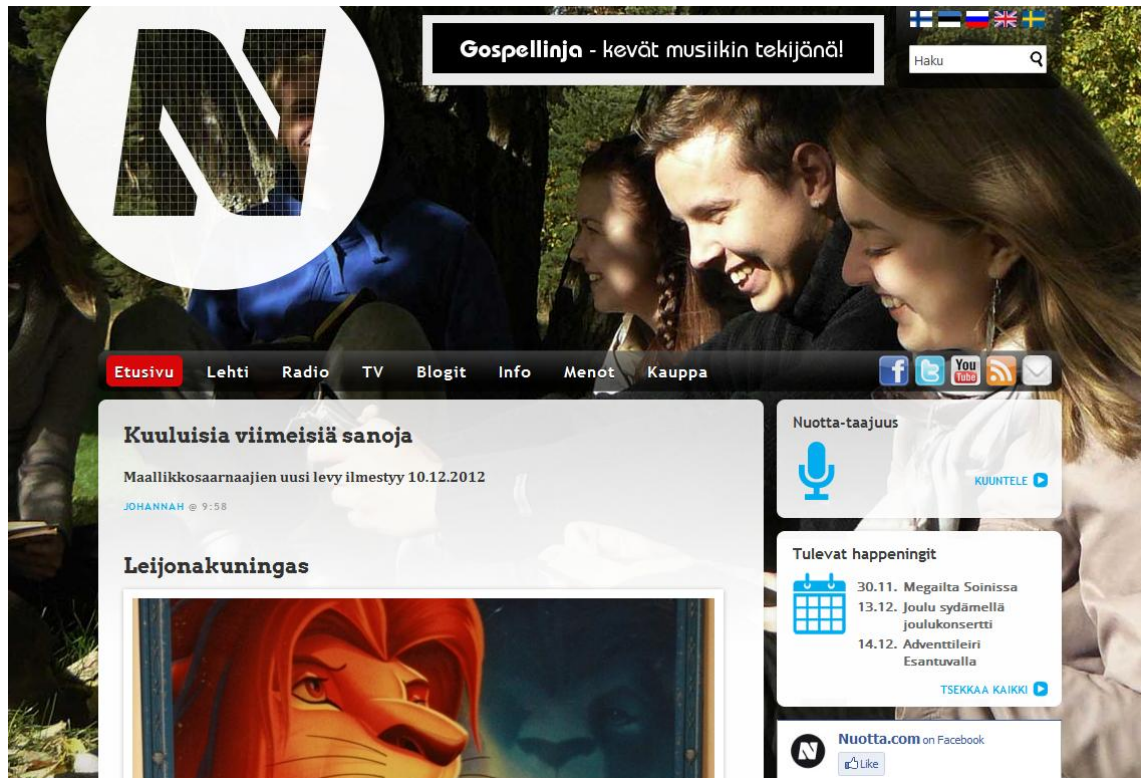
Yhteisöjen keskusteluihin voi liittyä rekisteröitymällä, eikä niitä voi selata tai kommentoida ilman kirjautumista. Suosituimpien yhteisöjen aiheet liittyvät pääasiassa kirkollisiin tapahtumiin, kuten rippileireihin, joten ne eivät välttämättä kiinnosta ulkopuolisia. Rekisteröimällä voi myös kirjoittaa omaa blogia ja keskustella yksityisviestein käyttäjien kanssa. Kaikkia yhteisöjä ei voi kirjautuneenakaan nähdä, mutta päivittäistä toimintaa yhteisöissä ei silmämääräisesti näy. Monessa yhteisössä on vain yksi jäsen (perustaja), mistä voi päätellä, ettei suurin osa yhteisöistä toimi yhteisön lailla. Kirjautumistietojen mukaan yhteisöpalveluun kirjautuu noin kolme kävijää päivässä, vaikka rekisteröityneitä käyttäjiä on useita tuhansia. (Fleim.fi 2012.)

#### **7.3.4 Nuotta**

Nuotta on Suomen vanhin ja suurin kristillinen nuortenlehti, johon Nuotta.com kuuluu osana mediatyötä. Nuotan www-sivu on nuoren kristityn kotisivu, johon on koottu blogeja, uutisia, linkkejä ja videoita kristillisistä aiheista. Sivustolla on tapahtumakalenteri, mutta tapahtumat ovat sijoittuneet vain paikallisiin seurakuntiin. Lisäksi sivuston kautta on mahdollisuus ostaa Nuottaan liittyviä tuotteita. Nuottaa julkaisevat evankelis-luterilaiset yhdistykset.

Sivuston artikkeleihin on panostettu, ne ovat hyvin ajankohtaisia ja usein päivittyviä ja aiheita on monenlaisia. Artikkeleita on siivitetty havainnollistavin kuvin.

Käyttötarkoitus on ilmaistu erillisellä info-sivulla sekä välilehden kuvauksessa, jossa lukee ”Media, jonka nuoret tekevät itse.” Navigointi läpi sivujen on hyvin selkeää ja vaivatonta. Ulkoasusta voi päätellä sivuston liittyvän nuoriin, sillä taustalla on valokuva hymyilevistä nuorista. Muutoin ulkoasu on selkeä ja asettelu johdonmukainen. Linkityksissä on huomioitu sosiaaliset mediat ja ominaisuuksissa useampi kielivaihtoehto.



Kuva 5. Nuotta.com-sivuston etusivu (kuva: Nuotta).

Sivuston osallistumista tarjoavat elementit rajoittuvat Pulmakulmaan, johon voi jättää viestillä askarruttavia kysymyksiä Raamatusta, sekä mahdollisuuteen ilmoittautua sivuston tekemiseen. Suoraan toimintaan ja kommunikaatioon sivustolla ei käyttäjien kanssa pääse. Käyttäjien aktiivisuutta on vaikea arvioida, sillä julkaisuja ei voi kommentoida eikä sivuille rekisteröityä, mutta sivupalkkiin on sijoitettu Facebook-banneri, joka osoittaa, että Nuotta.comilla on yli 2300 tykkääjää Facebookissa.

## 7.4 Yhteenveto

Verkkosovellukset poikkesivat sisällöiltään, rakenteeltaan ja populariteetiltään paljon toisistaan, vaikka tarkoitus sivustoilla oli hyvin samankaltainen: välittää kristinuskon sanomaa nuorille verkossa. Taulukossa 1 on esitetty vertailun tulokset esitellyin arviointiperustein. Tein yhteenvetoarviot kunkin sivuston ominaisuuksista siitä, miten sivuston ominaisuudet riittävät täyttämään tarpeet ja tavoitteet.

Arviointiasteikko:

Kattava tai hyvä = Sivusto vastaa tarpeiden toteutumiseen kattavasti ja toimii moitteetta arviointialueella.

Keskinkertainen = Sivusto vastaa tarpeiden toteutumiseen osittain, mutta sisältää joitain puutteita arviointialueella.

Heikko = Sivusto sisältää selkeitä puutteita arviointialueella, eikä vastaa tarpeiden toteutumiseen.

Kokonaiskuvassa parhaimmat arviot sai Nuotta. Nuotan sisältö on monipuolista ja tietoa aiheesta saa kattavasti. Käyttötarkoitus ilmaistaan erillisellä info-sivulla ja etusivun alalaidassa. Kristilliset arvot tulevat ilmi monien elementtien kautta, sekä erillisellä sivulla. Nuotan sisältö päivittyy ahkerimmin ja se on rakenteeltaan selkeä ja helposti käytettävä. Sivuston yleisilme on nuorekas ja selkeä. Suosiosta ja sivuston todellisesta toimivuudesta kertovat käyttäjämäärät, joiden mukaan Nuotalla on Facebookissa eniten tykkääjiä. Ainoa puute Nuotan sivustolla on osallistumismahdollisuuksien vähäisyys. Pulmakulmaan voi jättää kysymyksiä Raamatusta, mutta sovellus ei ole käytössä. Mahdollisuus sivuston tuottamiseen on ilmoitettu, mutta suoraa osallistumista esimerkiksi kommentointia, sivusto ei tarjoa lainkaan.

Hengenveto sai arviossa keskivertoiset tulokset. Hengenveto on esimerkillinen sen kattavan tietosisällön vuoksi sekä arvojen ja käyttötarkoituksen esiintuomisen kannalta. Rakenteeltaan Hengenveto on helppo ja sujuva käyttää. Yleisilme on nuorekas ja mielenkiintoa herättävä. Keskinkertaista Hengenvedolla on juttujen hitaanlainen päivittyminen ja vuorovaikutteisten elementtien puute. Sivustolle voi jättää kommentteja ja palautetta, mutta keskinäiseen vuorovaikutukseen käyttäjät eivät pääse.

Heikoimmat tulokset arviossa saivat Radikaali ja Fleim, jotka molemmat keräsivät yhtä monta kattavaa ja yhtä monta keskinkertaista arviointia. Radikaalin vahvuudet ovat sen vuorovaikutteiset ominaisuudet (foorumi, chat ja palaute), sekä sivuston yleisilmeen raikkaus. Heikkouksia Radikaalilla on sen tietosisällön päivittymättömyys, vanhojen uutisjulkaisujen löytymättömyys ja osin hankala navigaatio. Fleimin vahvuudet ovat sen vuorovaikutteisten ominaisuuksien runsaus ja sisällön monipuolinen, loppumaton kirjo. Fleimin heikkoudet taas ovat sen teemojen sekavuus, kömpelö navigointi ja hajannaisuus. Sivuston punaista lankaa on hankala löytää.

Taulukko 1. Yhteenvedo kristillisten verkkosovellusten arvioinnista.

	Radikaali	Hengenveto	Fleim	Nuotta
1. Tieto	Keskinkertainen. Kirjoituksia ja raamattuhaku.	Kattava. Uutisia, arvosteluja, artikkeleita, blogeja ja kirjoituksia useista eri aiheista.	Kattava. Uutisia, arvosteluja, artikkeleita, piirroksia ja kirjoituksia useista eri aiheista.	Kattava. Uutisia, artikkeleita, videoita, radio ja tapahtumatietoja.
2. Käyttö-tarkoitus	Kattava. Ilmaistaan erillisellä sivulla, mutta ei etusivulla.	Kattava. Ilmaistaan erillisellä sivulla, osin etusivulla.	Keskinkertainen. Varsinainen käyttötarkoitus löytyy vaivoin, mutta elementeistä voi päätellä mistä on kyse.	Kattava. Ilmaistaan erillisellä sivulla, osin etusivun alalaidassa.
3. Sosiaaliset ominaisuudet	Kattava. Foorumi, chat ja palaute.  Yhteisön ja keskustelun käyttö vaatii rekisteröimisen.	Keskinkertainen. Seinä, jolle voi jättää ajatuksen, blogien kommentointimahdollisuus ja palaute.	Kattava. Blogit, yhteisöt, gallupit ja kommentointimahdollisuus.  Yhteisön käyttö vaatii rekisteröimisen.	Heikko. Mahdollisuus ilmoittautua sivuston tekoon ja Pulmakulma, jossa voi jättää kysymyksiä Raamatusta (ei toiminnassa tällä hetkellä)
4. Arvot	Kattava. Ilmaistaan monien elementtien kautta.	Kattava. Ilmaistaan monien elementtien kautta.	Kattava. Ilmaistaan monien elementtien kautta.	Kattava. Ilmaistaan monien elementtien kautta ja erillisellä sivulla.
5. Populariteetti	Rekisteröityneitä käyttäjiä 5500 (2004)  Foorumeilla useita kymmeniä uusia viestejä kuukaudessa.  Ei Facebook-sivua.	Facebookissa 247 tykkääjää (2012), muutoin ei arvioitavissa.	Rekisteröityneitä käyttäjiä useampi tuhat.  Facebookissa 440 tykkääjää (2012).  Kirjautuneita käyttäjiä 2-3 päivässä.	Facebookissa 2350 tykkääjää (2012), muutoin ei arvioitavissa.
6. Päivittyvyys	Keskinkertainen.  Uutisten päivittyvyyttä ei näy, vanhoihin uutisiin ei pääse.	Keskinkertainen. Uutiset päivittyvät noin kuukausittain. Tapahtumia päivitetään sitä mukaan kun niitä tulee.	Keskinkertainen. Uutiset ajankohtaisia ja vähintään kerran kuukaudessa päivittyviä.  Blogit päivittyvät satunnaisesti.	Hyvä. Artikkelit päivittyvät päivittäin.



7. Rakenne	Keskinkertainen. Navigointi jakaantunut, osin sekava.  Yleisilme yhtenäinen, raikas ja kaikenikäisille sopiva.	Hyvä. Navigointi jakaantunut, melko selkeä.  Yleisilme yhtenäinen, raikas, nuorille suunnattu ja mielenkiintoinen.	Keskinkertainen. Sisältöä on niin paljon, että navigointi on sekavaa.  Yleisilme nuorekas, paljon havainnollistavia kuvia. Teemat sekavia.	Hyvä. Navigointi selkeä ja johdonmukainen.  Yleisilme nuorekas ja selkeä.
------------	--	--	--	---

## 8 Kyselyn tulokset

### 8.1 Facebook-ryhmä

Verkkokyselyyn pyydettiin 15 satunnaista Joensuun helluntaiseurakunnan toiminnassa mukana olevaa nuorta ikään tai sukupuoleen katsomatta. Kyselyyn vastasi 10 nuorta, jolloin yksi vastaaja edustaa kymmentä prosenttia otoksesta. Kysely suoritettiin Google Docsin kyselylomakkeella (kysely liitteessä 1).

Vastaajista 9/10 oli liittynyt Joensuun helluntaiseurakunnan nuorten Facebook-ryhmään. Seitsemän käytti Facebook-ryhmää viikoittain ja yksi päivittäin. Kaksi vastaajista käytti Facebook-ryhmää harvemmin kuin kuukausittain. Lähes jokainen vastaajista halusi olla Facebook-ryhmässä sen nopean informaation vuoksi. Kaksi vastaajista halusi olla Facebook-ryhmän kautta mukana myös vuorovaikutuksessa toisten käyttäjien kanssa ja yhden mielestä kommunikointi Facebook-ryhmän kanssa olisi hyvä idea esimerkiksi rukousaiheiden jakamiseen.

Facebook-ryhmä nähtiin hieman ristiriitaisena kohderyhmän kuvastajana. Neljä vastaajista oli sitä mieltä, että Facebook-ryhmän toiminta voisi olla aktiivisempaa. Yksi oli kiinnittänyt huomiota siihen, ettei Facebook tavoita kaikkia käyttäjiä, ja ettei se vastaa nuorten tarpeisiin tarpeeksi hyvin. Kahden vastaajan mielestä Facebook-sivu ei ole tarpeelliseksi persoonallinen kuvastamaan kohderyhmän toimintaa.

Toinen kanta oli positiivinen. Yhden mielestä aktiivista toimintaa on Facebookissa sopivasti. Yhden vastaajan mielestä Facebook-ryhmä kertoo hyvin, minkä kokoinen ryhmä nuoria on ja että nuorille tarjotaan aktiivisesti toimintaa. Yhden vastaajan mielestä Facebook-ryhmä kuvastaa siltä osin nuorten toimintaa, että aktiiviset toimijat ovat samoja niin ryhmässä kuin seurakunnassakin. Yhden mielestä Facebook kertoo siitä, että nuoret ovat ajan tasalla ja että se antaa osuvan kuvan nuorten toiminnasta.

## **8.2 WWW-sivujen Nuoret-sivu**

Neljä vastaajista käytti Joensuun helluntaiseurakunnan nuoret -sivua harvemmin kuin kuukausittain. Viikoittain sivua käytti kolme vastaajista. 2-3 kertaa kuukaudessa sivua käytti yksi ja kuukausittain kaksi. Päivittäin sivua ei käyttänyt kukaan vastaajista.

Nuoret -sivun nähtiin kuvastavan kohderyhmää eri tavoin. Linja oli jakautunut selkeämmin kahteen kantaan. Puolet vastaajista oli sitä mieltä, että sivu ei kuvasta tarpeeksi hyvin kohderyhmän toimintaa. Se nähtiin tylsänä, eikä tarpeeksi vireänä kuvastamaan kohderyhmän toimintaa. Niin ikään puolet vastaajista huomauttivat sivulla olevasta väärästä informaatiosta (nuorteniltojen viikonpäivä) ja puolet mainitsi myös sivun hitaasta päivittämisestä. Kolme vastaajista oli sitä mieltä, että päivittymättömyys vähentää sivuilla käyntiä. Moni mainitsi, että lisäkuvat tai muu materiaali kuvastaisi toimintaa paremmin. Yksi toivoi nuorten kädenjäljen näkyvän sivulla paremmin.

Toinen kanta oli toteava: Sivusto kuvastaa toimintaa, ja tällä oli viitattu sisältöön. Sisältö koettiin pääpiirteittäin positiivisena: Teksti nähtiin hyvin paikkansa pitävänä ja nuorten toimintaa kuvaavana. Tärkeänä pidettiin, että keskinäinen rakkaus, jota seurakunnassa koetaan, tulee esiin myös Nuoret -sivun kautta.

## **8.3 Verkkosovelluksien käyttö**

Kartutin tietoa siitä, millaisella aktiivisuudella kohderyhmä käyttää verkkosovelluksia viikoittain sekä kuukausittain. Viikoittaisissa vastauksissa pikaviestimet eli chatit sekä yhteisöt ja ryhmät saavuttivat suurimman suosion, niitä käytti vastaajista yhdeksän.



Artikkeleja ja uutisia seurattiin seuraavaksi eniten, niitä käytti seitsemän vastaajista. Blogeja seurasi viikoittain puolet vastaajista ja foorumeita sekä virtuaalimaailmoja kumpaakin yksi vastaaja.

Kuukausittainen käyttöaktiivisuus oli samankaltainen. Yhteisöjä ja ryhmiä käytti yhdeksän vastaajista kuukausittain. Artikkeleita ja uutisia seurasi kahdeksan henkilöä kuukaudessa. Pikaviestimiä käytti niin ikään kahdeksan vastaajista. Blogeja kuukausittain seurasi neljä vastaajista. Foorumeita ja virtuaalimaailmoja seurasi kuukausittain vain yksi vastaaja.

#### **8.4 Verkkoviestintään osallistuminen ja vaikuttaminen**

Neljä vastaajista toi esiin ensiksi, että kohderyhmää haluttaisiin tuoda näkyviin enemmän multimedian kautta ja kolme vastaajista ehdotti videoiden, kaksi valokuvien ja yksi blogien käyttöä. Seitsemän vastaajista ilmaisi, että haluaisi kohderyhmän näkyvän aktiivisemmin verkossa ja yksi halusi lisätä vuorovaikutteisuutta tarjoamalla nuorille palaute- ja vaikutusmahdollisuuden verkossa. Toiminnasta halutaan myös kattavampi kuva. Moni ilmaisi haluavansa jollain tavalla laajempaa ja näkyvämpää kohderyhmän näkymistä ja mainontaa verkossa. Yksi vastaajista ehdotti verkkokampanjoita ja -tempauksia. Vastauksista tuli myös ilmi, että nuorten toimintaa halutaan näyttää muiltakin kuin hengellisiltä osilta.

Seitsemän vastaajista halusi osallistua enemmän Joensuun helluntainuorten verkkotoimintaan, esimerkiksi tuottamalla sisältöä. Kolme ei halunnut osallistua enempää verkkotoimintaan. Elementteinä ja sovelluksina mahdollisessa verkkosovelluksessa eniten haluttiin seurata valokuvia (yhdeksän vastaajista) ja uutisia (kahdeksan vastaajista). Seuraavaksi eniten verkkosovelluksessa haluttaisiin seurata tai käyttää videoita, sarjakuvia tai piirroksia ja kysymyspalstoja (seitsemän vastaajista). Puolet (viisi) vastaajista haluaisi seurata myös foorumeita ja artikkeleita. Neljä vastaajista haluaisi käyttää gallupeja ja chatteja ja kolme haluaisi käyttää verkkosovelluksessa yhteisöjä.

Kaikki vastaajat kokivat tärkeäksi kehittää Joensuun helluntainuorten välistä vuorovaikutusta verkossa, mutta osan mainitsi, ettei se saa tulla todellisen kohtaamisen tielle. Yhdeksän vastaajaa oli sitä mieltä, että verkkosovellus voisi tavoittaa kohderyhmän ulkopuoliset käyttäjät ja yksi ei osannut sanoa. Kaikki kymmenen vastaajaa kokivat, että on tärkeää jakaa kohderyhmän edustamaa sanomaa verkossa. Moni vastaajista piti itsestäänselvyytenä, että verkkoa tulee käyttää kristinuskon sanoman jakamiseen ja kaksi mainitsi, että verkko on hyvä keino nuorten tavoittamiseen.

## **9 Konsepti**

### **9.1 Sisältö**

Konseptiin vaikuttavat teorian lisäksi kolme aineistoa: Nuorisopastori Eero Haaralan haastattelu, kristillisten verkkosovellusten arviointi, sekä kohderyhmän kyselyn tulokset. Konseptin tarkoitus on olla apuna seurakunnan verkkoviestintäsuunnitteluun, joka toimii sekä kohderyhmän tavoitteiden, että seurakunnan yleisten tavoitteiden hyväksi, sekä vastaa verkkomediaviestinnässä nykyajan haasteisiin. Konseptissa esittelen millaiset ominaisuudet ja ratkaisut toimivat tuloksien mukaan Joensuun helluntainuorten verkkoviestinnän kehittämiseksi.

Joensuun helluntainuorten yleinen kanta oli, että kohderyhmä haluaa näkyä paremmin verkossa ja erilaisten medioiden kautta. Eritoten valokuvat yhtenä mediana saivat suuren suosion vastaajien keskuudessa. Valokuvaelementeillä sovellus saa kiinnostavaa, hyvännäköistä sisältöä ja sen myötä kävijäliikennettä. Usein päivittyvät valokuvat antavat totuudenmukaisen kuvan nuorten toiminnasta. Kuvat tekevät sovelluksesta ja ennen kaikkea seurakunnasta helpommin lähestyttävän ja käyttäjä näkee jo ruudun toiselta puolelta miltä toiminta näyttää. Kuvat luovat vastaanottavaa mielialaa ja niiden avulla ylitetään torjunnan esteitä (Metsämäki 2000, 83). Kuvia julkaistaan pieninä gallerioina tapahtumista säännöllisin väliajoin ja sisällyttää kuvien yhteyteen selkeitä kuvauksia ja kommentteja siitä, mihin kuvat liittyvät. Keskeinen elementti nuorten

verkkosovelluksessa on siis valokuvagalleriat, jotka liittyvät nuorten tapahtumiin ja toimintaan. Kuvien ottamiseen tarvitaan nuorten kuvausryhmä, joka tuottaa mielenkiintoisia ja toimintaa ilmentäviä valokuvia. Nuoret saavat käyttää lahjojaan ja luovuuttaan seurakunnan toiminnassa. Valokuvat liitetään tiiviisti myös muihin sisältöihin sovelluksessa. Kuvagalleriat sijoitetaan omalle sivulleen kronologisesti päivittyvässä järjestyksessä. Uusin galleria linkitetään etusivun sivupalkkiin. Yksi galleria sisältää 7-15 valokuvaa, sillä useampi kuva tekee gallerioista kiinnostavampia, mutta liian monta kuvaa tekee gallerioista tunkkaisia ja täyteen ahdettuja.

Tiedolla, sen laadulla ja sen välittämällä on tärkeä asema nuorten verkkosovelluksessa. Kohderyhmän yksimielinen kanta oli, että heidän edustamansa sanomaa olisi tarpeellista välittää verkossa. Osa vastaajista piti nykyisiä tietoja seurakunnan verkkosivuilla tyysinä. Kyselyyn vastanneet toivoivat uutisia ja artikkeleita verkkosovellukseen. Toinen tärkeä elementti verkkosovelluksessa ovat siis uutiset ja artikkelit, joiden kautta informaation vieminen tapahtuu mielenkiintoisesti ja ajankohtaisesti.

Uutisia julkaistaan etusivulla viikoittain erilaisista tapahtumista ja tilanteista nuorten toiminnassa. Viikon aikana nuorilla on vähintään yksi yhteinen kokoontuminen (nuortenilta), jonka lisäksi seurakunnalla on muita vakituisia viikoittaisia ohjelmia. Näin taataan, että uutisia syntyy viikoittain. Uutiset päivittyvät kronologisesti etusivulle, jossa näytetään esimerkiksi viisi tuoreinta uutista. Etusivun jälkeen uutiset arkistoidaan omalle uutiset-sivulle, että niitä on helppo uudelleen lukea ja tällöin vanhempiakin uutisia voi linkittää teksteihin tai ulkopuolisiin palveluihin.

Artikkelit toimivat uutisten lailla, niiden sisältö on vain vapaamuotoisempi. Artikkelit voivat sisältää esimerkiksi nuorten haastatteluja niin seurakunnan toiminnasta kuin nuorten vapaa-ajasta. Kyselyn tuloksissa kävi ilmi, että toiminnasta halutaan kertoa myös muilta osin kuin seurakunnan toiminnan sisältä. Artikkeleissa voi hyödyntää myös blogien ominaispiirteitä, jolloin omakohtaiselle kokemukselle ja henkilökohtaisille mielipiteille annetaan ääni. Näin saavutetaan kokemusten julkinen jakaminen ja jakamisen hyöty ihmisten tavoittamisessa. Itsenäistä blogia ei ole välttämätöntä perustaa sovellukseen, sillä seurakunnan www-sivuilla on jo useita blogeja, joista kaksi on suunnattu nuorille. Henkilökohtaiset ja kirjoittajan näkökulmasta toteutetut artikkelit

toimivat blogien lailla, mutta tekstit eivät jää yhden toimittajan harteille ja näin paine tuottaa säännöllisesti kiinnostavaa blogia pienenee.

Kyselyyn vastanneet käyttivät Facebookin ryhmää sen nopean tiedon vuoksi. Facebookissa ilmoitetaan usein nuorten tapahtumista ja tilaisuuksista ja kerrotaan niistä enemmän kuin seurakunnan www-sivuilla. Tapahtumista on kriittistä ilmoittaa ajallaan ja muutoksista mahdollisimman nopeasti. Perinteinen tapahtumakalenteri sivun nurkassa ei välttämättä ole kiinnostavin keino kertoa tapahtumista. Tapahtumista kertominen ratkaistaan uutisvirtaan sijoitettavilla mainoksilla. Mainoksissa kerrotaan tarkemmin tapahtuman sisällöstä ja luonteesta. Mainoksia elävöitetään grafiikalla ja tuodaan mukaan kokemuksia esimerkiksi aiempien vuosien vastaavista tapahtumista. Mainokset houkuttelevat niin seurakuntalaisia kuin ulkopuolisiakin aktiivisempaan osallistumiseen, kun tapahtumien todellinen luonne tuodaan ilmi ja päivitys pidetään ajan tasalla. Mainokset arkistoidaan tapahtuu-sivulle, johon koostetaan kaikki nuorten toiminnan tapahtumat ja tilaisuudet. Sivulla kerrotaan myös nuorten toiminnasta yleisesti ja kristinuskon sanomasta, samaan tapaan kuin se on seurakunnan www-sivuilla ilmaistu. Tuloksien mukaan nuoret pitivät kirjoitustyylistä seurakunnan Nuoret-sivulla ja siinä kerrottiin kuvaavasti oleelliset asiat toiminnasta.

Myös huolella tehdyt videot, sarjakuvat ja piirrokset tuovat verkkosovellukseen mielenkiintoista ja vaihtelevaa sisältöä. Nuorista itsestään ja heidän arvoistaan tehdyt videoklipit tuovat sovellukseen liikkuvaa kuvaa ja ääntä, jotka kiinnittävät käyttäjien huomion. Henkilökohtaisuus ja inhimillisyys saavutetaan videoiden avulla ja toisaalta myös nuorten rentous ja toiminnan totuudenmukainen, eläväinen tunnelma. Videoita julkaistaan artikkelien ja uutisten lomassa etusivulla päivittymisjärjestyksessä, mutta niiden ei tarvitse muodostaa sovelluksessa suurinta painoarvoa. Videot koostetaan myös omalle sivulleen, josta niitä on helppo katsoa uudelleen. Videot ovat tyyliltään uutisia ja artikkeleita rennompia ja hausempia. Videoilla esitellään nuoria, heidän tekemisiään ja kuulumisiaan. Ulkopuolisten on helpompi tutustua toimintaan, kun he kuulevat ja näkevät millaisia ihmisiä nuoret ovat. ”Graafinen, sarjakuvallinen ja videomainen viehättää, vangitsee ja kiinnostaa.” (Metsämäki 2000, 83).

Sarjakuvat ja piirrokset toimivat helppona reittinä Raamattuun. Kuten Haaralakin totesi, kristinuskon sanoman vastaanottaminen ei ole välttämättä helppoa. Sanomaa voi

nuorille sopivaksi keventää humoristisin ottein esimerkiksi sarjakuvien kautta. Sarjakuvia ja piirroksia voi piirtää Raamatun tarinoista, jolloin kristillinen viesti välittyy kiinnostavalla tavalla näköaistilla. Sarjakuvat ja piirrokset toimivat houkuttimena henkilöille, jotka eivät viihdy pitkien tekstien parissa. Sarjakuvajaksot tuovat sovellukselle myös kaivattua päivittyvää ja jatkuvuutta tuovaa sisältöä. Sarjakuvat ja piirrokset sijoitetaan omalle sivulleen, mutta myös etusivun sivupalkkiin, jossa uusimmat julkaisut on nähtävillä. Sivupalkista linkitetään sarjakuvien ja piirroksien omalle sivulle, jossa tuotokset niin ikään ovat ajanmukaisesti nähtävillä. Viihteen avulla motivointi toimii osana viisasta tiedonvälitystä (Metsämäki 2000, 83).

Kaikkiin julkaisuelementteihin on tärkeää sisällyttää kommentointimahdollisuus. Kommentointimahdollisuudella ilmaistaan kiinnostus lukijan mielipiteeseen, annetaan mahdollisuus vaikuttaa ja sisältö saa arvokasta palautetta. Vaikka sovellus ei ole varsinainen verkkopalvelu, tulee sen saamaa palautetta hyödyntää sovelluksen kehittämisessä (Metsämäki 2000, 195). Kommenteista voi kehkeytyä myös keskusteluja ja linkityksiä julkaisujen alle, jolla saavutetaan aktiivisempi ja syvempi kommunikaation aste. Kommentit kulkevat moderaattorin läpi, jolloin asiattomia kommentteja ei tarvitse julkaista ja näin väääröoppisenkin sisällön voi eliminoida. Moderaattorille tulee kuitenkin tehdä selkeät linjaukset millaisia kommentteja julkaistaan. Jos halutaan, että verkkosovelluksella tavoitetaan seurakunnan ulkopuolisia käyttäjiä, myös eriävät mielipiteet on tärkeä julkaista. Keskustelut voivat tuoda sovellukselle arvokasta mainosta. Kyselyn tuloksien mukaan enemmistö ei kuitenkaan kaipaa erillisiä yhteisöjä sovellukseen.

Tuloksien mukaan kohderyhmä haluaa kasvattaa vuorovaikutusta verkossa toistensa välillä. Myös Haaralan mukaan vuorovaikutusta pyritään lisäämään. Sosiaaliset ominaisuudet, joilla on mahdollista kommunikoida helposti käyttäjien kesken, tuovat verkkosovellukselle yhteenkuulumisen tunnetta, joka on yksi kolmesta verkkoviestintään liittyvästä perustarpeesta.<sup>1</sup> Kyselyssä neljä ilmaisi halunsa käyttää chatteja verkkosovelluksessa. Kommentointimahdollisuus kuitenkin riittää esimerkiksi useimmissa blogeissa takaamaan lukijakunnan ja suosion, joten erillistä pikaviestintää ei välttämättä tarvita.

---

<sup>1</sup> kappale 5.1 Verkkoviestinnän tavoitteet seurakunnassa

Suosiota kyselyssä saivat kysymyspalstat, joilla mahdollistetaan askarruttavien kysymyksien esittäminen seurakuntaan, kristinuskoon ja Raamattuun liittyen. Kysymyspalsta tarvitsee oman sivunsa, mutta se sijoitetaan myös etusivun sivupalkkiin, jossa se ei ole keskeisimmässä asemassa, mutta josta se on helppo löytää ensimmäiselläkin käyntikerralla. Kysymyspalstan ohjeistuksessa kerrotaan millaisia kysymyksiä varten palsta on. Kysymys lähetetään lomakkeella, josta se ohjautuu toimituskunnan sähköpostiin. Toimituskunta valitsee julkaistavat kysymykset. Sivupalkin kysymyspalstalla näkyy uusimpia kysymyksiä, esimerkiksi kolme uusinta, joista linkit johtavat kysymyspalstan varsinaiselle sivulle. Sivulta kysymyksiä ja vastauksia voi lukea kronologisesti. Toimituskunta haastattelee kysymyksiin esimerkiksi seurakunnan vanhimpia, jotka näin olisivat osaltaan mukana nuorten viestinnässä.

Yksi suurimmista ongelmista nuorten verkkoviestinnässä, johon sekä nuoret ja nuorisopastori kiinnittivät huomiota ja jonka itse havaitsin vähentävän tutkimiltani sivustoilta laatua ja uskottavuutta, on päivittämisen hitaus. Facebookin ryhmää seurattiin pääasiassa sen nopean tiedon vuoksi ja nuoret -sivua kritisoitiin sen hitaan päivittyvyyden ja vanhan tiedon vuoksi. Tiedottamisen kiinnostavuudelle ja pätevyydelle elintärkeää on päivittäminen. Verkosta etsitään tietoa ja sitä ei tulla etsimään paikoista, jossa se on vanhaa. Nuorten verkkoviestinnälle on ratkaisevan tärkeää löytää aktiiviset ja asialleen omistautuneet sisällöntuottajat. Vireän ja ajan tasalla pysyvän sisällön vuoksi sivusto tavoittaa ensin seurakunnan sisäisen kohderyhmänsä, jonka jälkeen ideaalitapauksessa tieto ajankohtaisesta ja mielenkiintoisesta kristillisestä verkkosovelluksesta leviää.

Muita tärkeitä ominaisuuksia sovelluksessa on toiminnan ja sivuston esittely. Koin selkeän ja helposti löytyvän esittelyn luottavuutta ratkaisevasti lisääväksi elementiksi kristillisiä verkkosovelluksia arvioidessani. Kyselyn tuloksissa haluttiin panostaa nuorten toiminnan esittelyyn ja sanoman edustamiseen koettiin tärkeäksi. Näistä syistä esittely on keskeisessä asemassa sovelluksessa ja siitä lyhennelmä sijoitetaan etusivulle, jotta se on jokaiselle ensikertalaisellekin helposti löydettävissä. Lyhennelmästä linkitetään esittelyn omalle sivulle, jossa on laajempi nuorten toiminnan kuvaus, sivuston esittely ja tarkoitus sekä kristinuskon perusajatus. Lisäksi esittely-välilehdestä

löytyy linkki Joensuun helluntaiseurakunnan www-sivuille, Joensuun helluntaiseurakunnan nuorten Facebook-ryhmään, sekä nuorisopastorin ja toimituskunnan yhteystiedot.

Tämä verkkosovellus täyttää verkkolehden ominaispiirteet. Verkkolehti on palvelukokonaisuus, joka toimii yhteisönsä väylänä erilaisten tarpeiden täyttämiseen ja jonka perusajatus on olla yhteisön osapuolten kohtaamispaikka (Heinonen 1997 teoksessa Verkkolehdestä verkkomediaan, 19). Verkkolehti tarjoaa enemmän ja monipuolisempia sisältöjä kuin sanomalehti. Sovelluksessa painotetaan myös samoja asioita kuin onnistuneessa verkkolehdessä, joita ovat reaaliaikaisuus, nopeus, selkeys, arkistointi, tavoitavuus ja vuorovaikutteisuus. (Kaikumo, Kumar & Pelanne 2003, 20–24.)

## **9.2 Toimitus ja ylläpito**

Ratkaiseva askel verkkosovelluksen onnistuneeseen toteutumiseen on laatia nuorten toiminnasta ja viestinnästä kiinnostunut toimituskunta. Toimituskuntaan kuuluvat päätoimittaja, joka vastaa sisällöstä ja sen yhtenäisestä linjasta, sekä toimittajat, jotka tuottavat ja ideoivat materiaalia sovellukseen. Kristillisen verkkosovelluksen päätoimittaja vastaa valtuuksiensa mukaan myös sisällön täsmällisyydestä ja huolehtii sen sopivan seurakunnan linjaan. Toimittajat voivat halutessaan jakaantua vielä valokuvausryhmään, kirjoitusryhmään ja videoryhmään. Toimituskunnan tehtävä on huolehtia ajankohtaisesta sisällöstä, sen päivittämisestä ja luoda sivuilla nuoria kiinnostavaa materiaalia. Toimituskunta päättää yhdessä sisällön aikatauluista ja teemoista. Toimituskunnan luominen on tärkeää siksi, että toimintaan saadaan sitoutuneita henkilöitä ja että sovelluksen tarjonta on yhtenäistä, monipuolista ja päivittyvää. Toimituskunta voi hankkia myös ulkopuolisten toimittajien materiaalia julkaistavaksi.

Verkkosovelluksen tuotantoryhmään tulee toimituskunnan lisäksi kuulua ainakin yksi tekninen vastaava, joka osaa ylläpitää, päivittää ja moderoida sisältöä. Moderointi tarkoittaa julkaistavan sisällön, esimerkiksi kommenttien, tarkistusta ennen julkaisua. Sisällön päivittäminen ja lisääminen sovellukseen voi toki tapahtua myös toimittajien

tai päätoimittajan toimesta, mutta julkaisun selkeyttämisen ja aikataulujen pitämisen kannalta se kannattaa sisällyttää valitun henkilön tai henkilöiden tehtäviin. Moderaattori vastaanottaa sähköpostiinsa julkaistavaa materiaalia ja omilla valtuuksillaan julkaisee sovelluksessa sisältöjä tai hankkii tarvittavat luvat sisältöjen julkaisuun esimerkiksi pastoreilta.

### 9.3 Julkaisualusta

Joensuun helluntainuorille suunnattu verkkosovelluksen konsepti sisältää erilaisia teknisiä elementtejä: valokuvia, uutisia ja artikkeleita, videoita, sarjakuvia ja piirroksia ja kyselypalstan. Ylläpidon tekniset taidot tulee ottaa julkaisualustan valitsemisessa huomioon. Myös taloudelliset ja ajalliset resurssit täytyy huomioida, sillä resurssien puute on ollut Joensuun helluntaiseurakunnan verkkoviestinnässä ratkaisevan hidastava tekijä. Julkaisualustan täytyy olla helppokäyttöinen, ilmainen ja sen tulee mahdollistaa monipuolisia julkaisutapoja erilaisille elementeille. Julkaisualustassa tulee olla selainohjelmaan perustuva graafinen käyttöliittymä, jolloin ylläpidon ei tarvitse osata ohjelmointia tai näppäinkomentoja (Metsämäki 2000, 98). Julkaisualustan tulee tarjota valmiita graafisia ratkaisuja ulkoasulle ja sisällölle, joita voi muokata tarpeiden mukaan. Alustaan tarvitaan etusivun lisäksi useita välilehtiä mahdollistavia komponentteja.

Konseptin julkaisualustan kriteereihin vastaa Blogger, joka on vuonna 1999 lanseerattu ja nykyisin hakukoneyhtiö Googlen omistama blogipalvelu. Bloggerin käyttö on ilmaista ja sen käyttöliittymä on saatavilla 50:lle eri kielelle mukaan lukien suomalaiselle (Blogger 2012a). Bloggeriin voi kirjoittaa rajattomasti ja sen ulkoiset ominaisuudet ovat muokattavissa. Blogger ja sen tunnus ovat laajasti tunnettuja ja Bloggerin voi linkittää Facebookiin tai mille tahansa www-sivulle. (Blogger 2012b) Alexa.com on sijoittanut Blogger.comin maailman 45. suosituimmaksi verkkosivuksi (Alexa 2012).

Blogger on kehitelty blogin pitämistä varten, mutta sen ominaisuudet ja komponentit mahdollistavat muunkinlaista julkaisua. Blogger toimii millä tahansa selaimella. Sitä hallinnoidaan hallintakeskuksella, jossa on mahdollista luoda ja muokata merkintöjä, lisätä ja muokata välilehtiä, hallinnoida julkaistavia kommentteja, tarkastella blogin tilastoja esimerkiksi kävijämäärän mukaan, muokata ulkoasua, mallia ja asettelua, sekä

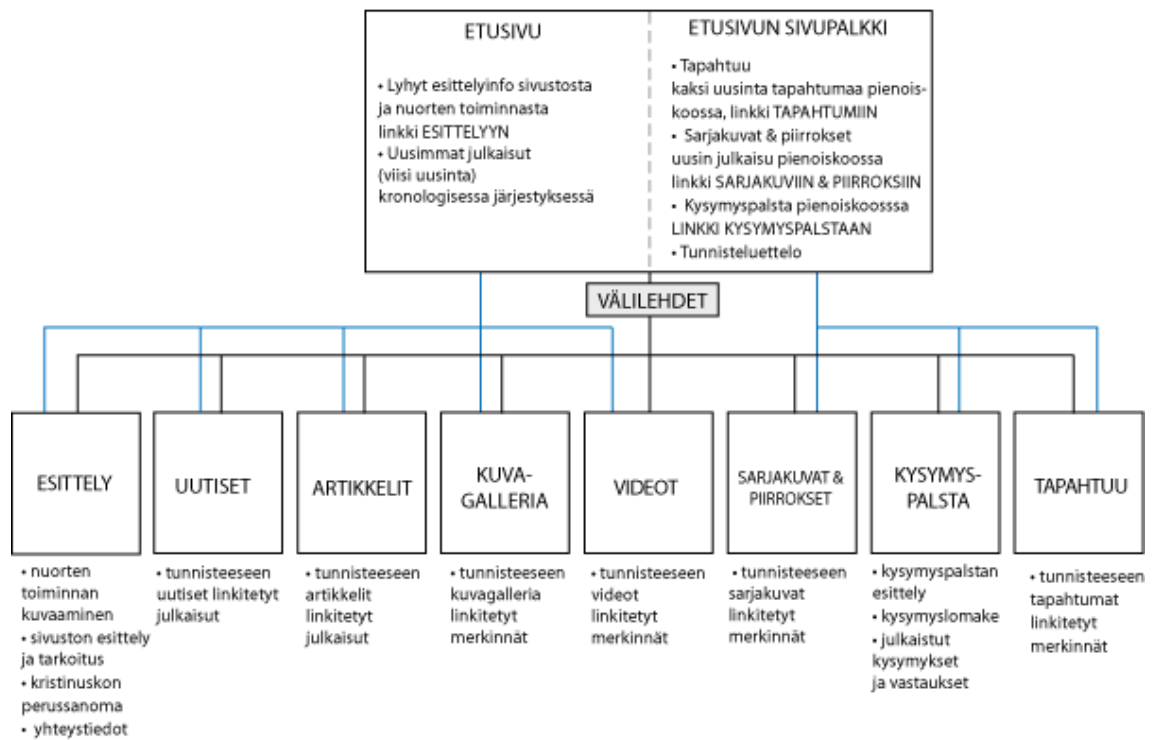


muokata blogin julkaisu- ja käyttöoikeusasetuksia. Yhteen blogiin on mahdollista liittää useampia kirjoittajia. Toiminnot ovat helppokäyttöisiä ja selkeitä. (Blogger 2012b)

Varsinaiset julkaisut eli uutiset, artikkelit, kuvagalleriat, videot, sarjakuvat & piirrookset sekä tapahtumat julkaistaan Bloggerin kirjoitustyökalun avulla. Julkaisujärjestelmä määrittelee automaattisesti päivämäärän ja järjestää tekstit ajanmukaisessa järjestyksessä etusivulle. Kirjoitustyökaluun liitetään valmiiksi editoitu teksti ja siihen liittyvät mahdolliset kuvat. Tekstin voi muotoilla kirjoitustyökalun avulla. Julkaisujen lajittelussa hyödynnetään tunnisteita, joiden avulla määritellään kunkin julkaisun tyyppi, esimerkiksi uutiset. Tällöin lukija voi klikata tunnistetta ja päästä kaikkiin tunnisteen sisältäviin julkaisuihin. Tunnistetta klikkaamalla avautuu kunkin tunnisteen oma sivu, esimerkiksi uutisten välilehti. Samalla tavalla merkitään muokin julkaistava sisältö kuten artikkelit, kuvagalleriat, sarjakuvat ja piirrookset sekä videomerkinnät, joista kullakin kategorialla on oma sivunsa.

Sivupalkin toiminnot luodaan Bloggerin gadgeteilla. Blogger tarjoaa valmiita ratkaisuja gadgetteihin, eli lisäsovelluksiin, joita voi ilmaiseksi lisätä omaan sivustoon. Tapahtumat sijoitetaan sivupalkissa ylös. Tapahtuma-lyhennelmän toteuttaminen on Bloggerissa haasteellista, sillä Blogger ei suoraan mahdollista omien määriteltyjen julkaisujen automaattista päivitystä gadgetteihin. Tällöin uusimmat tapahtumat joudutaan toteuttamaan joko ulkopuolisen tuottaman HTML-koodin avulla HTML-gadgetilla tai manuaalisella linkityksellä Linkit-gadgetilla, jonka ylläpito tekee erikseen jokaisen tapahtumajulkaisun jälkeen. Sarjakuvat ja piirrooksetkaan eivät linkity automaattisesti sivupalkkiin, vaan uusin sarjakuva täytyy käydä lisäämässä manuaalisesti. Tämä onnistuu kuva-gadgetilla. Valikoidut tunnisteet näyttäviä gadgetteja sivupalkkiin on kyllä olemassa ulkopuolisten tahojen tarjoamina, mutta ne eivät ikäväkseni ainakaan suunnitteluvaiheessa ole toiminnassa. Niin ikään kysymyspalstan lomakkeen ohjelmointi ulkoistetaan sivupalkkien toimintojen puutteellisuuden vuoksi. (Blogger 2012b.)

Seuraavalla kuvalla havainnollistan sivuston rakennetta Bloggerissa, mitä olen käsitellyt tekstissä.



Kuva 6: Verkkosovelluksen rakennekaavio (Kuva: Katja Laasonen)

## 10 Pohdinta

Olen kuulunut tutkittavaan ympäristöön kaksi vuotta ja se osin vaikutti ennako-odotuksiini tuloksista. Sain yhteisöön osallistumalla paljon hyödyllistä tietoa kohderyhmältä ja näkökulmaa opinnäytetyölleni, mutta niiden tuomat oletukset aineistosta, esimerkiksi kyselyn tuloksista veivät kenties osaltaan tutkimuksen validiteettia. Toisaalta oli taas hienoa kun kyselyssä kävi ilmi asioita, joita en osannut olettaa. Monet vastaajista olivat toimineet seurakunnassa paljon pidempään kuin minä ja heidän tarpeensa olivat erilaiset kuin omani, kehittyneemmät. Verkkoviestintä ja sosiaalisen median mukaan ottaminen nähtiin tärkeänä, mutta kaikkien seurakuntalaisten nuorten silmissä ei kenties niin tärkeänä kuin ammattilaisen näkökulmasta. Nuorille on tärkeää säilyttää henkilökohtainen kohtaaminen, eikä näin myöskään vuorovaikutusta verkossa tarvitse ylikorostaa.

Kyselyn tekeminen haastattelun sijasta oli kiireisen aikataulun puitteissa äkkinäinen valinta. Olisin halunnut haastatella nuoria kasvotusten ja keskustelulla saada syvempiä ajatuksia esiin. Toisaalta kysely antoi vastaajille mahdollisuuden puhua suorasti anonymina, toisaalta en saanut kaipaamiani tarkennuksia kysymyksiin. Myös kysymysten laadinta olisi kaivannut jälkepäin ajatellen täsmennystä niin sanavalinnoissa kuin kysymysten asettelussa. Vastaukset kuitenkin tyydyttivät siltä osin, että sain joitain tärkeitä yhteenvetoja tehtyä, vaikka jatkokehittelyn kannalta uusi tarkennetumpi haastattelukaan ei haittaisi. Toisaalta koen, että muuttujienkin vallitessa sain kuitenkin kolmella tutkimusmenetelmällä aikaan hyödyllisiä päätelmiä ja niiden kautta pystyin tarjoamaan kohderyhmälle ratkaisuna konseptin.

Konseptisuunnittelu oli minulle täysin uusi työnkuva ja ilman asiantuntevaa tuotantoryhmää suunnittelu oli aikaa vievää ja omia rajoitteita, kiinnostuksenkohteita sekä kykyjä venyttävää. Konseptisuunnittelun haastavuuden on todennut myös Sanna-Mari Turpeinen opinnäytetyössään *Opiskelijakunta Pokan verkkopalvelun konseptisuunnitelma* (2012, 35). Minua kiinnosti seurakunnan nuorten verkkoviestintä ja sen kehittäminen, mutta varsinaisten ratkaisujen luominen olikin yllättävän haastavaa. Konseptin luomisessa minulle haastavinta oli julkaisualustan määrittely. Omassa

projektisuunnittelussani en ollut jättänyt riittävästi aikaa tutustua useampiin julkaisualustoihin ja niiden mahdollisuuksiin. Blogger oli yksi laajimmin tuntemistani julkaisualustoista ja sen ominaisuudet varsin tuttuja minulle. Tällöin pystyin hyödyntämään omaa kokemustani ja todeta julkaisualustan toimivaksi ja helppokäyttöiseksi, vaikka siinä joitain teknisiä puutteita konseptini kannalta onkin. Konseptin ominaispiirteet heijastavat selkeästi verkkolehdimäiseen julkaisuun, mutta en kokenut tärkeäksi määritellä konseptia nimenomaan verkkolehdeksi. Verkkajulkaisut ovat hyvin samankaltaisia keskenään, että on hankala eritellä verkkolehtiä, portaaleja tai blogeja toisistaan.

Konseptin päätyminen lopulliseen muotoonsa ja lopulta julkaisuksi asti tarvitsee vielä kehitystä. Tutkimuksella on ilmeisen laajat jatkokehitysmahdollisuudet sovelluksen graafisen suunnittelun, teknisten ratkaisujen (esimerkiksi sivupalkin ominaisuuksien toiminta) ja sovelluksen toimituskunnan ja toimitussuunnitelmien kokoamisen alueella. Näitä alueita kohtasin myös opinnäytetyöni edetessä. Oli vaikea rajata niin paljon mahdollisuuksia sisältävä aihe tiettyihin raameihin. Eritoten visiot ja kuvat lopputuotteesta valtasivat aika ajoin mielen, mutta graafinen suunnittelu ja sen toteuttaminen on iso projekti ja siitä voisi kehittää ihan oman opinnäytetyönsä. Konseptin seuraavalle asteelle viemisessä voi hyödyntää Tuire Ikosen (2012) suunnitelmaa verkkopalvelun merkkikieltä.

Koin tutkimuksen aiheen ammattini, mutta myös henkilökohtaisen elämäni kannalta mielenkiintoiseksi ja hyödylliseksi. Välillä tuntui, että teen suorastaan pioneerityötä suomalaisen kristillisen verkkoviestinnän kartoittamisessa, kun kirjallisuuden ja aineiston vähyys tuli ilmi. Näkökulman löytyminen sosiaalisen median hyödyistä kristillisessä verkkoviestinnässä oli hyvältä tuntuva oivallus, mutta sitä koskevaa kirjallisuutta ei mainittavasti ole. Muutamia teoksia yhdysvaltalaisilta kirjailijoilta ja toimittajilta onneksi löytyi. Kaikkia oivallisilta tuntuvia teoksia en tässä työn teoriassa kuitenkaan voinut hyödyntää, vaikka niitä tuli tutkittua näkökulman hakemiseksi.

Haluan tällä opinnäytetyöllä kertoa suomalaisille seurakunnille verkkoviestinnän tärkeydestä sanoman jakamisessa ja yhteyden luomisessa. Verkkoviestintää ei tule erottaa seurakunnan viestinnässä perinteisen mediasta. Verkolla tavoitetaan kaiken ikäryhmän edustajia seurakunnan sisältä ja ulkopuolelta. Opinnäytetyöllä koen saaneeni

oleellista tietoa niin oman seurakuntani viestinnän kehityksestä kuin suomenlaajuisesta tilanteesta. Seuraava projekti on saada itse konsepti suunnitelma jatkokehittelyyn ja käytäntöön.

## Lähteet

- Ahokallio T., Innanen T., Lauha A., Lehtipuu O. & Salmenkylä R. 1995. AD2000 Kristinusko ja kristilliset kirkot. Helsinki: Kirjapaja.
- Alasilta, A. 2009. Blogi tulee töihin. Infor Oy.
- Alasuutari, P. 1994. Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino.
- Alexa 2012. The Web Information Company.  
<http://www.alex.com/siteinfo/blogger.com>
- Bazin, J. & Cottin J. 2004. Virtual Christianity: Potential and Challenge for the Churches. Geneva, Switzerland: WCC Publications.
- Blogger 2012a. Bloggerin kielivalikko. <http://www.blogger.com/language.g>
- Blogger 2012b. Bloggerin hallintapaneeli. <http://www.blogger.com/home>
- Eskola J. & Suonranta J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.
- Facebook. 2012. Joensuun helluntaiseurakunnan nuoret – Facebook ryhmä.  
<http://www.facebook.com/groups/43941947171/>.
- Fleim. 2012. Fleimin www-sivut. <http://www.fleim.fi/>. 26.11.
- Friends of Christ. Facebook –ryhmä. 2012.  
<http://www.facebook.com/groups/323117721068768/?ref=ts&fref=ts>.
- George S. 2006. Religion and Techonology in the 21<sup>st</sup> Century, Faith in the E-World. USA: Information Science Publishing.
- Haarala, E. 2012. Nuorisopastori. Joensuun helluntaiseurakunta. Haastattelu 26.10.2012.
- Heinonen A. teoksessa 2003 Verkkolehdestä verkkomediaan. Espoo: Koulutuskeskus Dipoli.
- Hirsjärvi S. & Hurme H. 2000. Tutkimushaastattelu, teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Helsinki University Press.
- Hengenveto. 2012. Hengenvedon www-sivut. <http://www.hengenveto.fi/>. 26.11.2012.
- Hoover S. & Schofield C. (toim.) 2002. Practising Religion in the Age of Media. New York: Columbia University Press.
- Ikonen, T. 2012. Verkkopalvelun elementtien visualisointi. Joensuu: Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2012060712037>. 21.11.2012.
- Joensuu, M. 2007. Nuorten internet-yhteisöt ja niiden merkitys nuorisotyön kannalta. Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu.
- Joensuun helluntaiseurakunta. 2012. Joensuun helluntaiseurakunnan verkkosivut. <http://joensuu.helluntaiseurakunta.fi>. 1.10.2012
- Johansson T., Ruotsalainen J. & Maunumäki J. teoksessa 2011 Seurakunnan mediaopas. Keuruu: Aikamedia.
- Jussila, M. & Leino A. 1999. Net : Verkkoviestinnän käsikirja. Helsinki: Inforviestintä.
- Järvinen L. teoksessa 1982–1978 Joensuun helluntaiseurakunta. 1978. Joensuu: Kansan Voima Oy:n Kirjapaino.
- Kaikumo L., Kumar P. & Pelanne Ann. 2003. Verkkolehdestä verkkomediaan. Espoo: Koulutuskeskus Dipoli.
- Koponen, A-P. 2012. Keuruun Helluntaiseurakunnan entinen nuorisopastori. Sähköinen haastattelu. 2.10.2012.
- Lindfelt M., Airaksinen A., Paalanen H., Grönlund H., Kartano M., Oinonen U. & Majamäki H. 25.4.2012, Teologiaa sosiaalisesta mediasta, Suomen

- evangelisluterilainen kirkko,  
[http://some.kirkonsuuntaviivat.fi/teologiaa\\_sosiaalisesta\\_mediasta](http://some.kirkonsuuntaviivat.fi/teologiaa_sosiaalisesta_mediasta).  
 11.9.2012.
- Matikainen, J. 2008. Verkko kasvattajana - Mitä aikuisen tulisi tietää ja ajatella verkosta. Helsinki: Gaudeamus.
- Metsämäki, M. 2000. Verkkopalvelun suunnittelu. Helsinki: Oy Edita Ab.
- Miniwatts Marketing Group. 2011. World Internet Usage and Population Stats  
<http://www.internetworldstats.com/stats.html>. 2.10.2012.
- Nielsen J. & Tahir M. 2002. Kotisivun suunnittelu. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Nuotta. 2012. Nuotan www-sivu. <http://www.nuotta.com/>. 26.11.2012
- Raamattu. 2009. Suomen evankelis-luterilaisen kirkon vuonna 1992 käyttöön ottama suomennos. Suomi-Englanti Raamattu. Helsinki: International Evangelical Church in Finland.
- Radikaali. 2012. Radikaalin www-sivut. [www.radikaali.net](http://www.radikaali.net). 27.11.2012.
- Suomen virallinen tilasto (SVT). 2012: Tieto- ja viestintätekniiikan käyttö [verkkojulkaisu]. ISSN=1799-3504. 2011. Helsinki: Tilastokeskus  
[http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi\\_2011\\_2011-11-02\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi_2011_2011-11-02_tie_001_fi.html). 17.4.2012.
- Sanoma News. 2012. Blogilista.fi verkkosivut. <http://www.blogilista.fi/>. 2.11.2012.
- Suomen Helluntaikirkko. 2012. Suomen Helluntaikirkon www-sivut.  
<http://www.suomenhelluntaikirkko.fi/>. 7.11.2012.
- The Voice of Martyrs 2012. Persecution –verkkosivu, Restricted nations -välilehti.  
<http://www.persecution.com/public/restrictednations.aspx?clickfrom=bWfPbl9tZW51>. 2.10.2012.
- Tuomikoski, J. 2009. Markkinointi suomalaisissa muotiblogeissa. Metropolia ammattikorkeakoulu. <http://publications.theseus.fi/handle/10024/25165>.  
 4.11.2012.
- Turpeinen, S-M. 2012. Opiskelijakunta Pokan verkkopalvelun konseptisuunnitelma. Joensuu: Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu.  
<http://publications.theseus.fi/handle/10024/48831> 20.11.2012.

## Kysely

### Opinnäytetyöhaastattelu: Verkkosovelluksen konsepti Joensuun helluntainuorille

Suunnittelen opinnäytetyönäni Joensuun helluntainuorille verkkosovelluksen konseptin, jonka tarkoitus on vastata kohderyhmän tarpeisiin.

\* Required

Vastaajan ikä: \*

Sukupuoli \*

Miten kuvailisit Joensuun helluntaiseurakunnan nuoria ja heidän toimintaansa? \*

Kuvaile vapaasti, käytä apuna adjektiiveja

Continue »



## Opinnäytetyöhaastattelu: Verkkosovelluksen konsepti Joensuun helluntainuorille

\* Required

### Nykyiset verkkosovellukset: Facebook-ryhmä

**Millä aktiivisuudella käytät seuraavia Joensuun helluntaiseurakunnan nuorille suunnattuja verkkosovelluksia? \***

Joensuun helluntaiseurakunnan nuoret – Facebookryhmä (<http://www.facebook.com/groups/43941947171/>)

- Päivittäin
- Viikoittain
- 2-3 kertaa kuukaudessa
- Kuukausittain
- Harvemmin

**Joensuun helluntaiseurakunnan nuorten Facebook-ryhmäläisille: Miksi käytät Joensuun Facebook-ryhmää? \***

Kerro vapaasti, miksi olet Facebook-ryhmässä.

**Vastaajille, jotka eivät käytä Joensuun helluntaiseurakunnan nuorten Facebook-ryhmää: Miksi et käytä Facebook-ryhmää? \***

Kerro vapaasti, miksi et ole liittynyt Facebook-ryhmään.

**Miten Joensuun helluntaiseurakunnan nuorten Facebook-ryhmä mielestäsi kuvastaa Joensuun helluntainuoria ja heidän toimintaansa ? \***

Määrittele vapaasti, miten Facebook mielestäsi kuvastaa kohderyhmää ja sen toimintaa. Vastaako se mielikuviisi?

« Back

Continue »

## Opinnäytetyöhaastattelu: Verkkosovelluksen konsepti Joensuun helluntainuorille

\* Required

### Nykyiset verkkosovellukset: Nuorten sivu seurakunnan www-sivuilla

[www.joensuu.helluntaiseurakunta.fi/toimint/nuoret](http://www.joensuu.helluntaiseurakunta.fi/toimint/nuoret)

#### Millä aktiivisuudella käytät seuraavia Joensuun helluntaiseurakunnan nuorille suunnattuja verkkosovelluksia? \*

Joensuun helluntaiseurakunnan www-sivut, Nuoret-välilehti (<http://joensuu.helluntaiseurakunta.fi/toiminta/nuoret>)

- Päivittäin
- Viikoittain
- 2-3 kertaa kuukaudessa
- Kuukausittain
- Harvemmin

#### Miten Joensuun helluntaiseurakunnan www-sivujen Nuoret-välilehti mielestäsi kuvastaa Joensuun helluntainuoria ja heidän toimintaansa? \*

Määrittele vapaasti, miten nuoret-välilehti kuvastaa kohderyhmää ja sen toimintaa. Vastaako se mielikuviisi?

« Back

Continue »

## Opinnäytetyöhaastattelu: Verkkosovelluksen konsepti Joensuun helluntainuorille

\* Required

### Käyttämäsi verkkosovellukset

Mitä seuraavista verkkosovelluksista käytät tai seuraat vähintään viikoittain? \*

- yhteisöt ja ryhmät (esim. Facebook-yhteisöt)
- pikaviestimet eli chatit (esim. Facebook-chat tai IRC)
- foorumit
- blogit
- virtuaalimaailmat (esim. Habbo, <http://www.habbo.fi/>)
- artikkelit ja uutiset

Mitä seuraavista verkkosovelluksista käytät tai seuraat vähintään kuukausittain? \*

- yhteisöt ja ryhmät (esim. Facebook-yhteisöt)
- pikaviestimet eli chatit (esim. Facebook-chat tai IRC)
- foorumit
- blogit
- virtuaalimaailmat (esim. Habbo, <http://www.habbo.fi/>)
- artikkelit ja uutiset

Mitä kristillisiä verkkomediapalveluita tai -sovelluksia seuraat tai käytät ja miksi? (esim. kristilliset blogit, ryhmät, yhteisöt, artikkelit) \*

Jos et käytä, voit kirjoittaa "en käytä"

« Back

Continue »

**Koetko tarpeelliseksi kehittää Joensuun helluntainuorten välistä yhteyttä ja vuorovaikutusta verkossa?**

**Koetko tarpeelliseksi välittää Joensuun helluntainuorten edustamaa sanomaa verkossa?**

**Koetko, että Joensuun helluntainuorten oma verkkosovellus voisi tavoittaa myös kohderyhmään kuulumattomat käyttäjät?**

« Back

Continue »

## Opinnäytetyöhaastattelu: Verkkosovelluksen konsepti Joensuun helluntainuorille

### Iso kiitos!

Olet nyt arvokkailla vastauksillasi edustamassa otostoa Joensuun helluntaiseurakunnan nuorista.

Powered by [Google Docs](#)

Kuvat <https://docs.google.com/>