



Mielikuvia, brändäystä ja osallisuutta

Heikki Pesonen
Helsingin yliopisto

YLE uutisoi 19.12.2019, kuinka Lauritsalan seurakunnan kirkkoherra oli Kauneimpien joululaulujen yhteydessä pitänyt puheen, jossa hän oli ennustanut maailmanlopun koittavan vuonna 2040. Uutisoinnissa nostettiin esille muun muassa se, kuinka tilaisuudessa mukana olleilta ihmisiltä oli mennyt joulumieli ja osoitettiin huolta siitä, miten kirkkoherran maailmanlopun ennustukset ovat mahdollisesti vaikuttaneet paikalla olleisiin lapsiin. Uutisointi kertoo ensinnäkin siitä, miten tilaisuuteen osallistuneiden ennako-oletukset tilaisuuden sisällöstä ja luonteesta olivat rikkoutuneet: Kauneimmissa joululauluissa lauletaan nimensä mukaisesti joululauluja ja kenties kuunnellaan joulumieltä herättäviä puheita. Toiseksi uutinen kuvastaa sitä, miten maailmanloppuun liittyvää julkista puhetta ei – ainakaan näin suoraan ja täsmällisesti ilmaistussa muodossa – oleteta kuultavan luterilaisen seurakunnan tilaisuudessa. Tätä kommentoi myös Mikkelin hiippakunnan piispa Seppo Häkkinen samaisessa YLEN uutisessa sanoessaan, että kauneimmat joululaulut ja maailmanloppu eivät kuulu samaan tilaisuuteen ja että ”on turha kertoa tarkkaa vuosilukua, jolloin maailmanloppu tulee” (<https://yle.fi/uutiset/3-11126863>). Häkkinen myös esitti, että Kauneimmat joululaulut on papille yksi vaikeimmista paikoista puhua, koska kirkko on täynnä väkeä, ”[t]unnelma on aivan erityinen ja kuulijajoukkoa on lapsista vanhuksiin”.

Uutinen peilaa, paitsi tilaisuuteen liittyvän kehystyksen rikkoutumista, myös evankelisluterilaisen kirkon asemaa suomalaisessa yhteiskunnassa ja kulttuurissa ja kirkkoon liittyviä mielikuvia. Kauneimmat joululaulut on yksi suosituimmista seurakuntien järjestämistä vuotuisista tilaisuuksista ja monille suomalaisille kenties ainoa kerta vuodessa, jolloin he osallistuvat kirkon järjestämään tapahtumaan.¹ Tällöin se, miten tilaisuudet on järjestetty ja minkälainen ”tunnelma” niistä välittyy, on kirkon imagon kannalta merkityksellistä.

Kirkon toimintaan perinteisesti kuuluvat siirtymäriitit – kuten kaste, rippikoulu, häät ja hautajaiset – tavoittavat myös varsin suuren määrän suomalaisia. Samoin kirkko tarjoaa muita palveluita, kuten lapsille, nuorille ja vanhuksille järjestettyä ryhmätoimintaa. (<https://www.kirkkontilastot.fi/>.) Kirkko toimiikin lukuisilla eri tavoilla suomalaisessa yhteiskunnassa. Toisaalta taas kirkon kannalta keskeiseen ydintoimintaan eli jumalanpalveluksiin osallistuu koko ajan vähemmän väkeä, vaikka toimintaa on yritetty elävöittää monin eri tavoin (ks. Ketola 2016, 73-74; Salminen 2016). Maallistumiskehityksen myötä kirkosta onkin muotoutumassa erilaisten kulttuurisen ja yhteiskunnallisten palveluiden tuottaja, joka joutuu kiinnittämään enenevässä määrin huomiota niihin mielikuviiin, joita siitä eri yhteyksissä rakentuu.

¹ Ks. Salminen 2016; <https://kauneimmatjoululaulut.fi/wp-content/uploads/2018/10/Tietoa-Kauneimmista-Joululauluista.pdf>

Jo ainakin 1960-luvulta eteenpäin on kirkossa alettu pohtia sitä, millä tavalla tiedotusvälineet kuvaavat kirkkoa ja myös ryhdytty miettimään tapoja, miten kirkosta rakentuvaan kuvaan on mahdollista vaikuttaa (Ks. Pesonen 2004, 10-11). Voidaan ajatella, että tuossa vaiheessa viimeistään alettiin rakentaa lähtökohtia kirkon brändäykselle eli sille, minkälaisia intentionaalisia mielikuvia kirkosta luodaan ulospäin: medialle ja mediassa sekä jäsenistölle ja ei-jäsenille. Laura Kokkonen tarkastelee artikkelissaan kirkon brändäystä vuosina 1992-2016 tuotettujen kirkon viestintästrategioiden pohjalta. Hän vertailee strategioita markkinointiviestinnän brändimalliin ja toteaa, että niiden pohdinta kirkon kuvasta mukailee vahvasti ideaa markkinointiviestinnän brändistä, vaikka brändi-käsitettä ei näissä strategioissa käytetäkään. Kokkonen tarkastelee myös sitä, keiden nähdään vaikuttavan kirkon kuvaan ja tulee johtopäätökseen, että strategioissa asetetaan viestintävastuu pitkälti kirkon työntekijöiden ja jäsenten harteille. Tästä näkökulmasta se, mistä Lauritsalan kirkkoherra puhuu Kauneimmista joululauluissa, on merkityksellistä kirkon brändin kannalta. Kokkonen näkee myös, että kirkon jäsenmäärän vähentyessä ja yhteiskunnan muuttuessa kirkko "itsemarkkinaistuu" eli "omaksuu vapaaehtoisesti markkinointiviestinnälle tyypillisiä keinoja, kuten brändäyksen".

Kirkon jäsenmäärän hiipuminen ja kirkon talouden heikentyminen on vaikuttanut myös siihen, että esimerkiksi kirkkotiloille on pyritty kehittämään uudenlaisia käyttötarkoituksia: kirkkoon on muun muassa kutsuttu ihmisiä nokosille tai yöpymään. Piispat ovat myös korostaneet kirkkotilojen merkitystä kansalaisten kokoontumispaikkoina ja tuoneet esiin niiden monikäyttöisyyttä. Brändi-ajatuksen mukaisesti kirkon viestinnässä kirkkotiloista on alettu tuottaa uudenlaisia mielikuvia, joilla tiloja markkinoidaan myös muunlaiseen toimintaan kuin perinteiseen jumalanpalveluselämään. Yksi tällaisista uusista toimintamuodoista on vauvamusiiikkitoiminta. Aino-Elina Kilpeläinen tarkastelee artikkelissaan kirkkotiloissa järjestettävää vauvamusiikkitoimintaa kulttuuriperintökasvatuksen ja osallisuuden näkökulmista. Näillä voidaan tarkoittaa yhtäältä sitä, miten lapsen kanssa yhdessä toimimalla opitaan ympäröivää kulttuuria – artikkelin tapauksessa kristinuskon kulttuuriperintöä – ja toisaalta sitä, miten lapsen ja vanhemman on mahdollista saada osallistumisen kautta erilaisia kulttuuriin ja uskontoon liittyviä kokemuksia. Seuraamalla ja tallentamalla kirkkotiloissa tapahtuvaa vauvamusiikkitoimintaa ja haastatteleamalla toimintaan osallistuneita äitejä Kilpeläinen kiinnittää erityistä huomiota siihen, "minkälaisia kokemuksia syntyy vuorovaikutuksessa kirkkotilan ja kristillisen musiikkiperinnön kanssa vauvamusiikkitoiminnan aikana". Artikkelissaan Kilpeläinen analysoi vauvojen reaktioita tilaan ja toimintaan, äitien kokemuksia sekä minkälaisia merkityksiä kokemuksille annetaan.

Kokkonen ja Kilpeläisen artikkelit ovat esimerkkejä laadullisesta tutkimuksesta. Molemmissa analysoidaan sisällönanalyysin avulla erilaisia laadullisia aineistoja: haastatteluita, havainnointiaineistoja, videoaineistoja sekä valmiita tekstiaineistoja. Laadulliset tarkastelut ovatkin varsin tyypillisiä uskonnontutkimuksessa, jossa ollaan esimerkiksi kiinnostuneita ihmisten kokemuksista ja siihen liittyvästä kerronnasta ja tehdään ei-yleistettäviä päätelmiä rajatun tutkimusaineiston pohjalta. Toisen tyyppistä analyysimenetelmää edustaa Teemu Pauhan katsauksessaan esittelemä klusteri- eli ryhmittelyanalyysi. Kyse on tilastollisesta metodista, jonka avulla aineistoa voidaan kategorisoida erilaisiin alaryhmiin, joiden jäsenet muistuttavat toisiaan ja eroavat toisten ryhmien jäsenistä. Katsauksessaan Pauha kuvaa metodin perusperiaatteet ja osoittaa havainnollistavien esimerkkien kautta sen soveltuvuuden erilaisten uskontotieteellisten aineistojen analyysissä.

Tämän numeron toisessa katsauksessa Terhi Hannola rakentaa kronologisen kuvauksen matkastaan kriittisen eläintutkimuksen konferenssiin. Samalla hän esittelee lyhyesti kyseistä tutkimusalaa sekä sitä, miten uskontotieteilijä voi siihen asemoitua. Hannolan katsaus sekä avaa kriittistä eläintutkimusta että kertoo havainnollisesti niistä erilaisista tuntemuksista ja kokemuksista, joita konferenssiin osallistuminen ja siellä esitelmän pitäminen herättää.

Kirja-arvosteluissa esitellyissä teoksissa käsitellään Afrikan uskonnollista kenttää, mormonismia sekä uskonnon ja maailmanpolitiikan suhteita globaalista perspektiivistä. Arviointien kautta havainnollistuu myös yksi uskontotieteen peruspiirteistä: uskontotieteellinen tutkimus tarkastelee potentiaalisesti kaikkia maailman uskontoperinteitä ja uskonnollisuuden ilmentymiä vertailevasta näkökulmasta. Tarkasteltujen tietokirjojen kaltaiset teokset sekä kokoavat ja tuovat kokonaan uutta tietoa tutkimuskenttään että päivittävät vanhentunutta tietoa. Samoin – kuten Heidi Rautalahti tuo arvioinnissaan esille – niiden voidaan usein nähdä myös oikovan uskontoperinteisiin liittyviä virheellisiä, esimerkiksi mediassa ja populaarikulttuurissa esitettyjä, käsityksiä ja ennakkoluuloja.

Kirjallisuus

Ketola, Kimmo

2016 Luterilainen usko nykyajan Suomessa. – Kimmo Ketola, Maarit Hytönen, Veli-Matti Salminen, Jussi Sohlberg & Leena Sorsa, *Osallistuva luterilaisuus. Suomen evankelis-luterilainen kirkko vuosina 2012-2015: Tutkimus kirkosta ja suomalaisista*, 47-88. Kirkon tutkimuskeskuksen julkaisuja, Vol. 125. Tampere: Kirkon tutkimuskeskus.

Pesonen, Heikki

2004 *Vihertyvä kirkko. Suomen evankelisluterilainen kirkko ympäristötoimijana*. Helsinki: Suomen Tiedeseura.

Salminen, Veli-Matti

2016 Kirkko ja suomalainen musiikki- ja kulttuurielämä. – Kimmo Ketola, Maarit Hytönen, Veli-Matti Salminen, Jussi Sohlberg & Leena Sorsa, *Osallistuva luterilaisuus. Suomen evankelis-luterilainen kirkko vuosina 2012-2015: Tutkimus kirkosta ja suomalaisista*, 88-110. Kirkon tutkimuskeskuksen julkaisuja, Vol. 125. Tampere: Kirkon tutkimuskeskus.