

**Raportti**  
**Se löytyi -mediamission**  
**kyselytutkimuksesta**

**11.3.2023**  
**IRR-TV**

**Tekijät: Pollianna Karvonen ja Nina Kuvaja**

**Se löytyi**

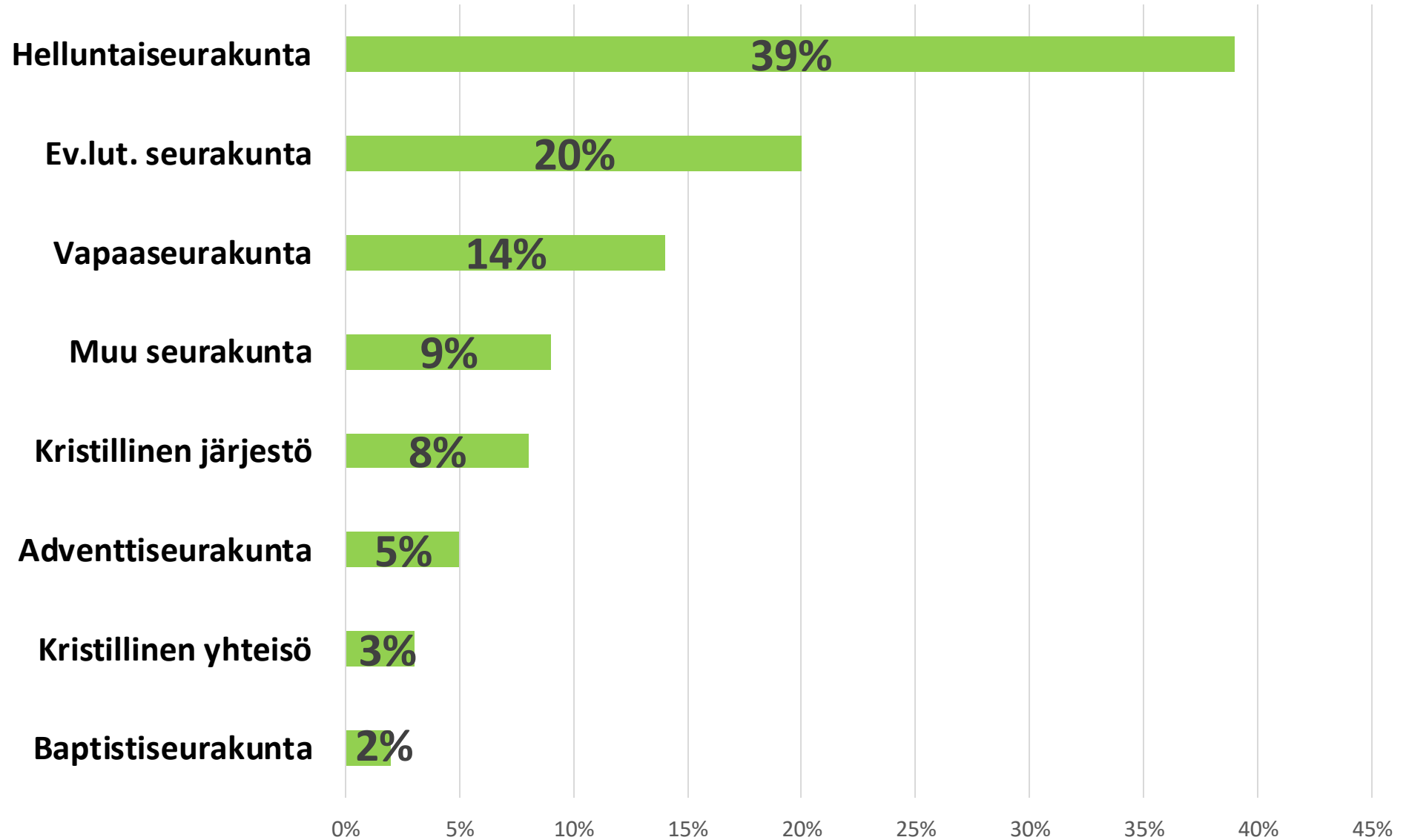
Valtakunnallinen mediakampanja Suomessa 2022

# Kyselytutkimus 7-22.12.2022

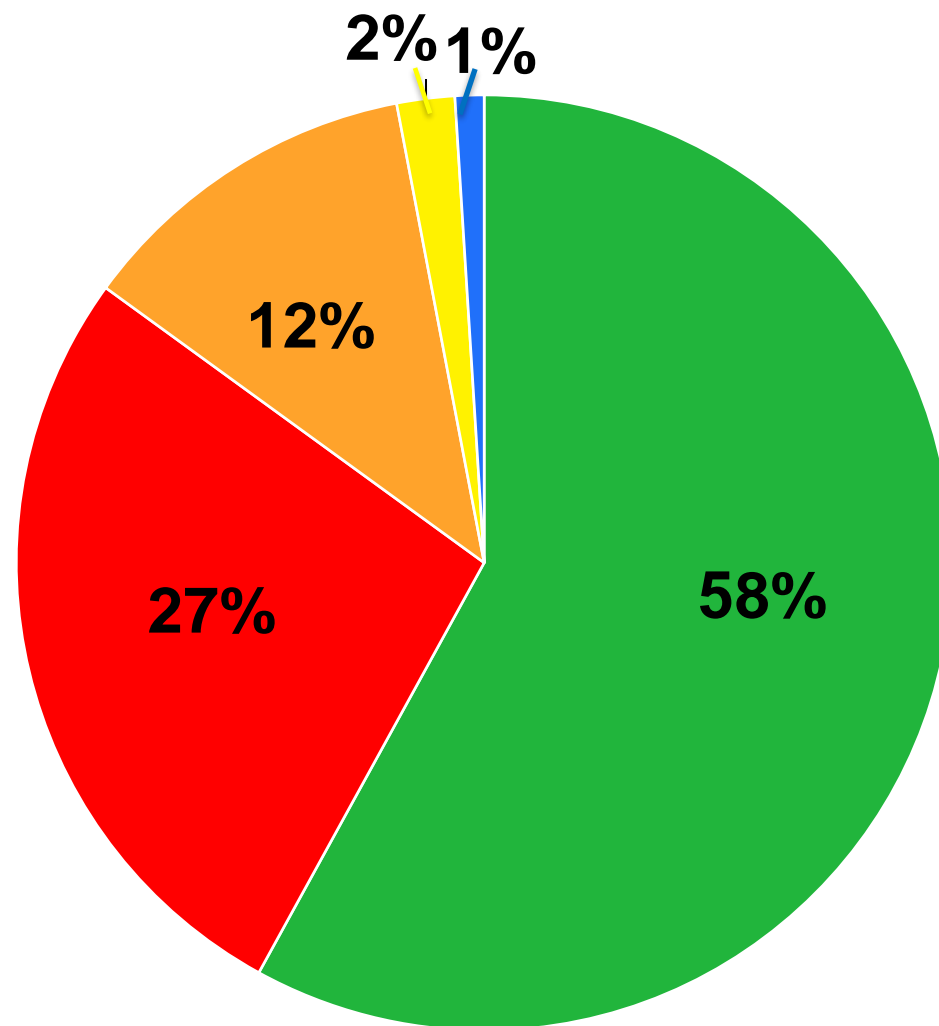


- Mediamissiossa oli mukana 395 seurakuntaa ja 37 järjestöä
- Kysely lähetettiin kaikkien mukana olleiden seurakuntien ja järjestöjen yhteyshenkilöille (561)
- Kyselyyn vastasi 259 henkilöä
- Kysely toteutettiin monivalintakyselynä, jonka tarkoituksen oli selvittää mission toteutumista ja onnistumista

# 1. Minkä tahon yhteyshenkilönä toimit?



## 2. Mikä on oma asemasi tai tehtäväsi yhteisössä, jossa toimit?



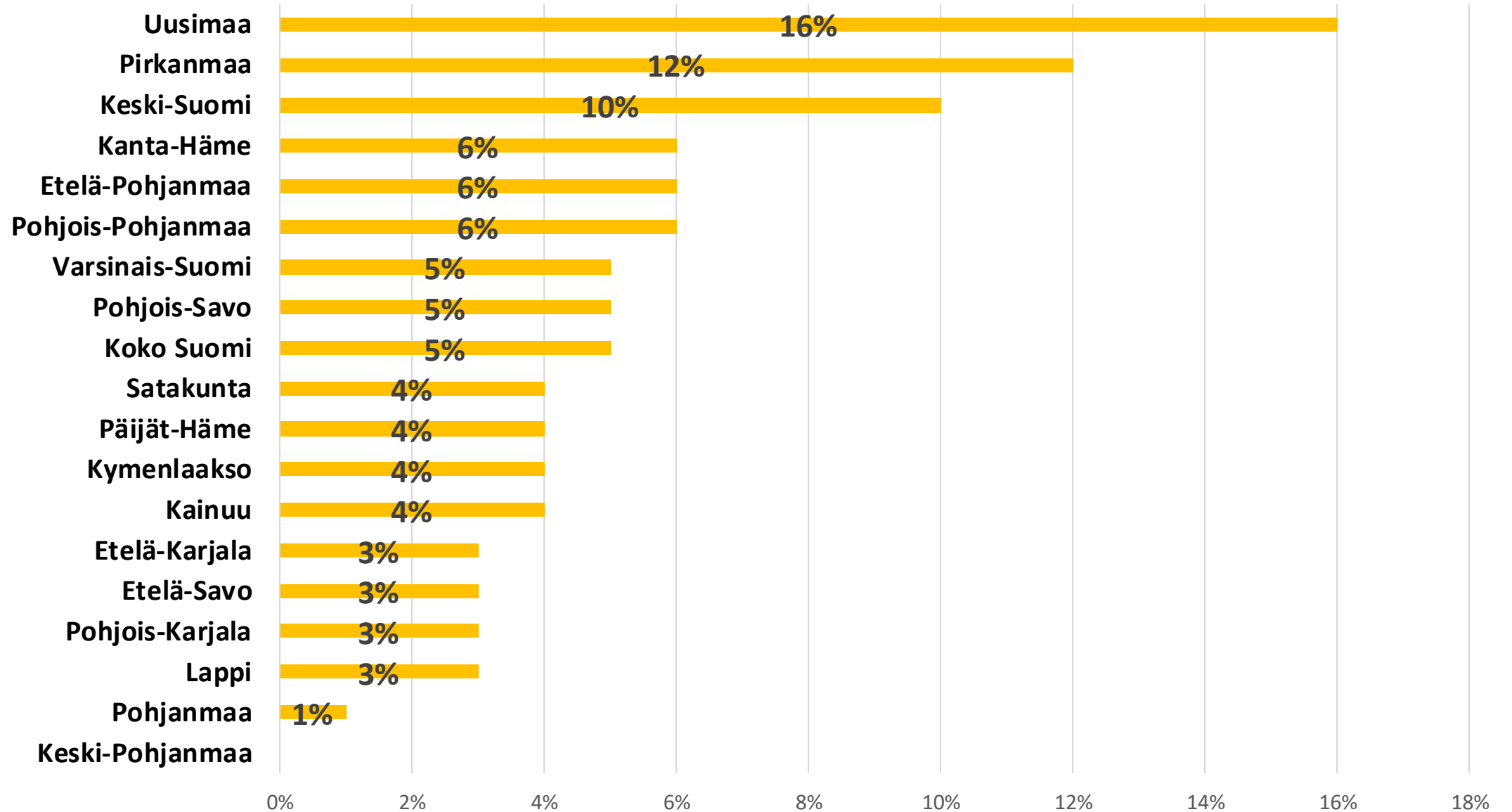
■ Pastori, pappi, tms. ■ Muu, mikä? ■ Seurakuntalainen ■ Evankelista ■ Diakoniatyöntekijä

## Kysymys 2. Muu, mikä?

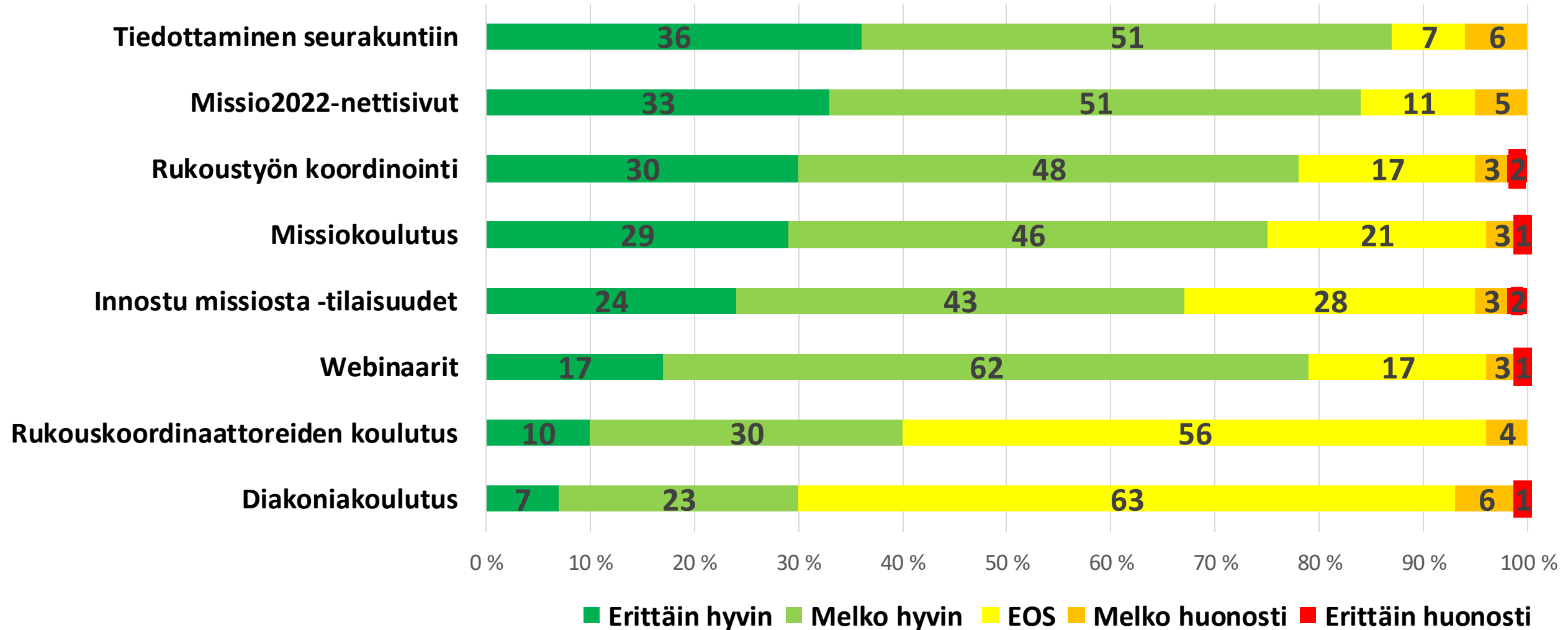


- Vanhimmiston jäsen, vanhin
- Vanhimmiston/hallituksen puheenjohtaja, seurakunnan johtaja
- Nuorisotyönohjaaja, lapsityöntekijä
- Lähetys sihteeri, lähetysjohtaja, kansainvälisen työn yhteyshenkilö
- Missio-/yhteyskoordinaattori, toiminnanjohtaja
- Toimistopäällikkö, hallintosihteeri, rahastonhoitaja
- Muusikko

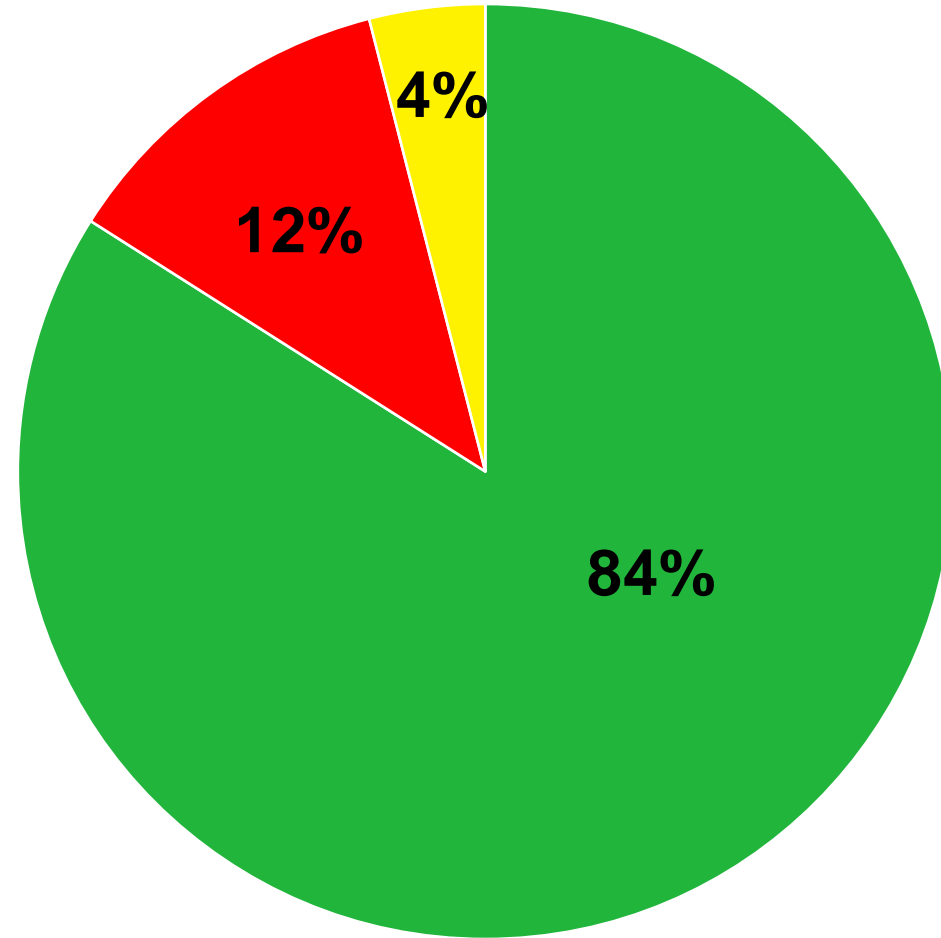
### 3. Valitse alue, jossa yhteisönne toimii



## 4. Miten mielestänne Se löytyi –missiossa onnistuttiin etukäteisvalmisteluissa seuraavilla osa-alueilla?



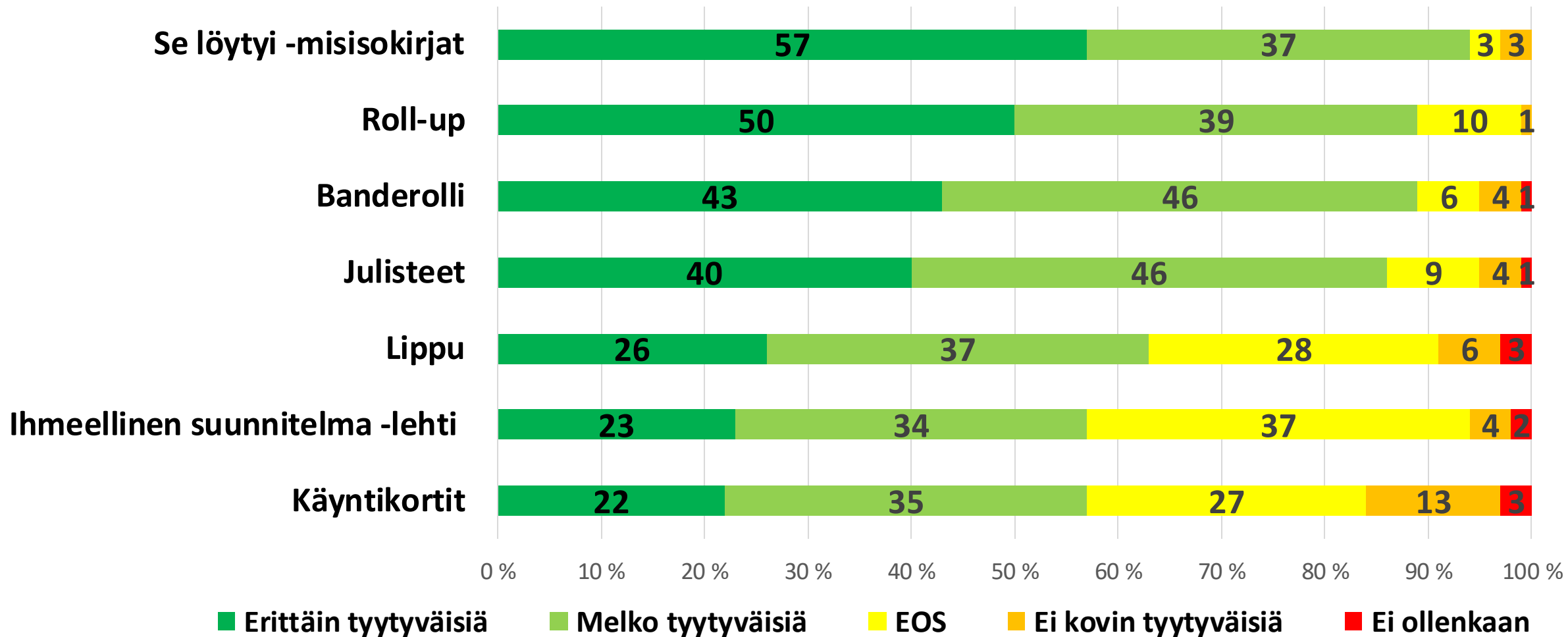
**5. Missiotoimisto lähetti seurakuntiin uutiskirjeitä, joissa informoitiin mission eri vaiheista. Oliko mielestänne informaatiota:**



■ Sopivasti ■ Liian paljon ■ Liian vähän



## 6. Seurakuntiin toimitettiin erilaisia missiotuotteita. Kuinka tyytyväisiä olitte tuotteisiin?

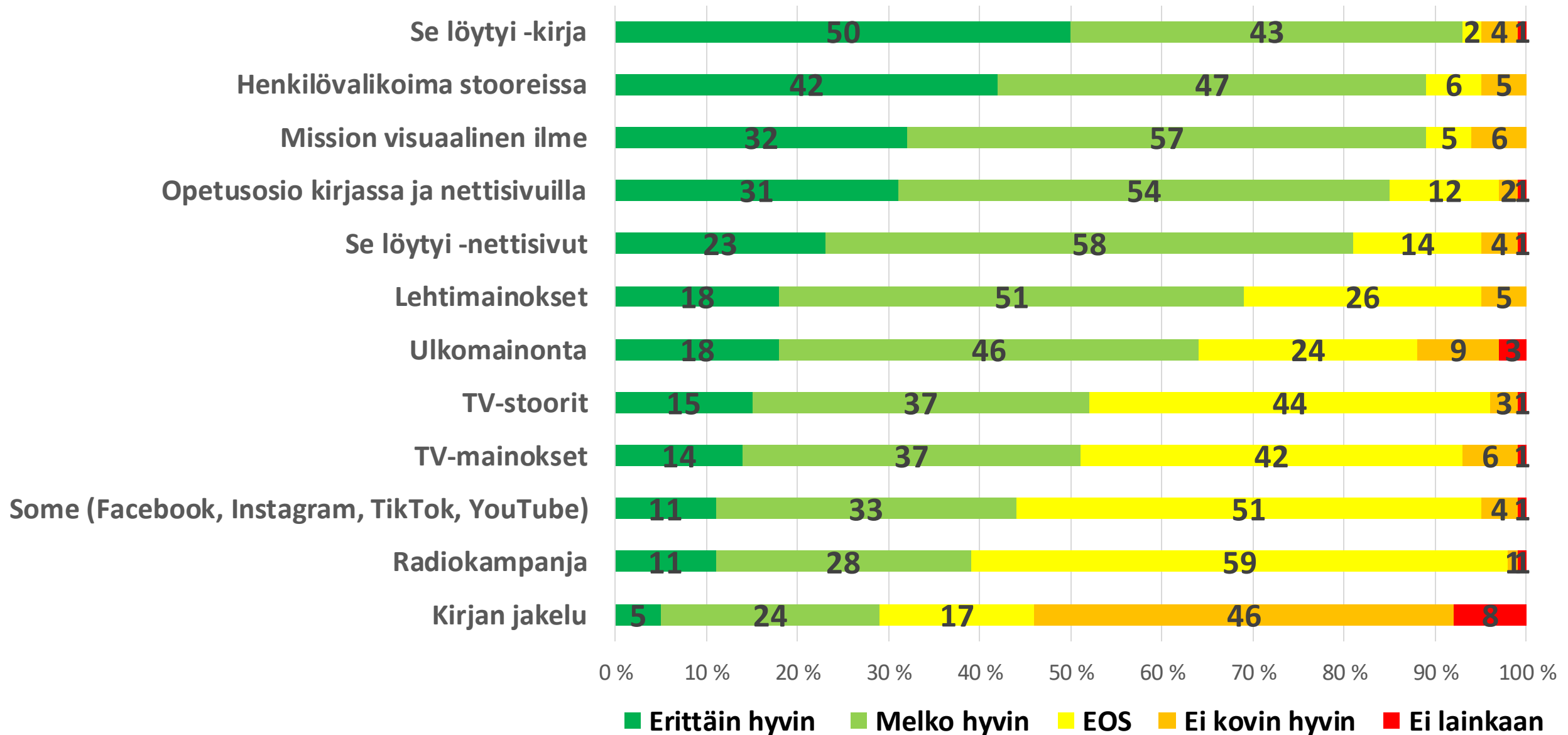


# 7. Miksi jokin tuote ei vastannut odotuksiasi?

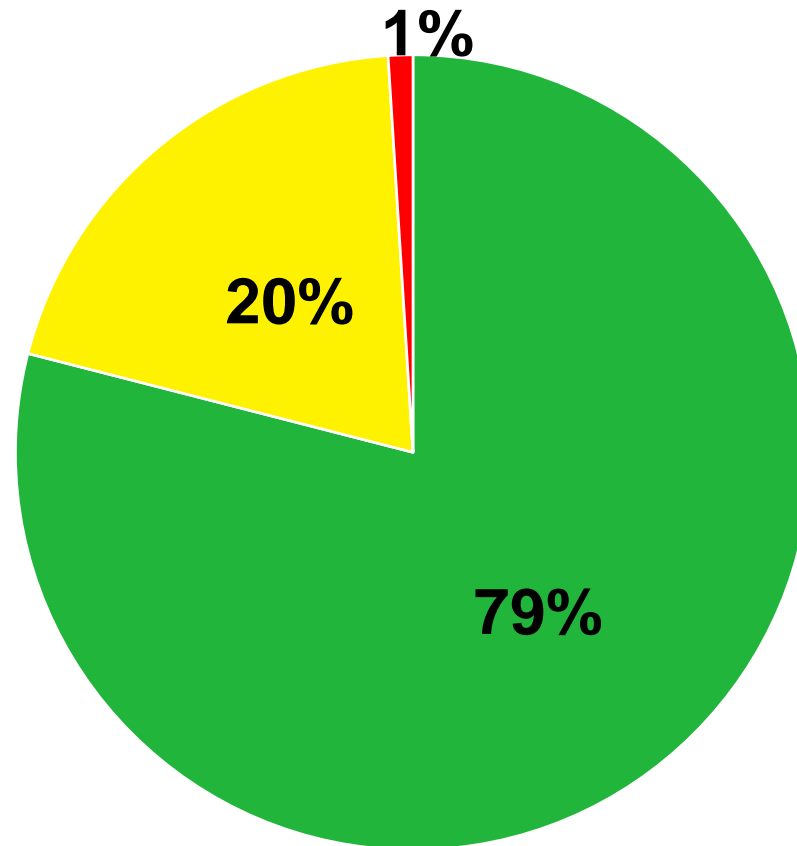
- Tuotevalikoima turhan suuri
- Osa tuotteista loppui missiokaupasta kesken
- Vaatteissa olisi pitänyt huomioida syksyinen ajankohta
- Moni koki käyntikortit, banderollin ja lipun turhiksi



## 8. Miten arvioitte mediakampanjan onnistuneen seuraavilla osa-alueilla?

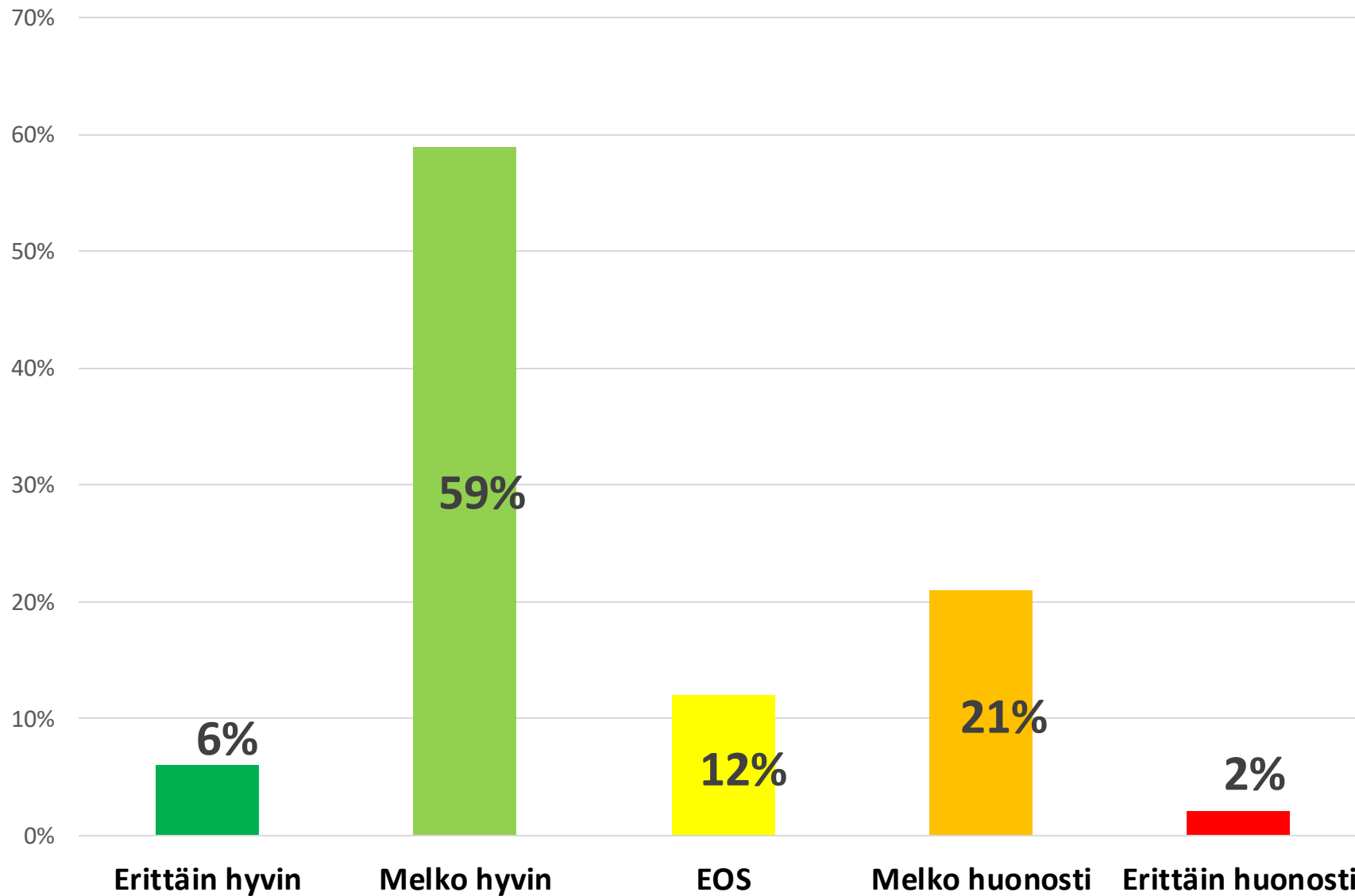


## 9. Mieli pide mediakampanjan kestosta

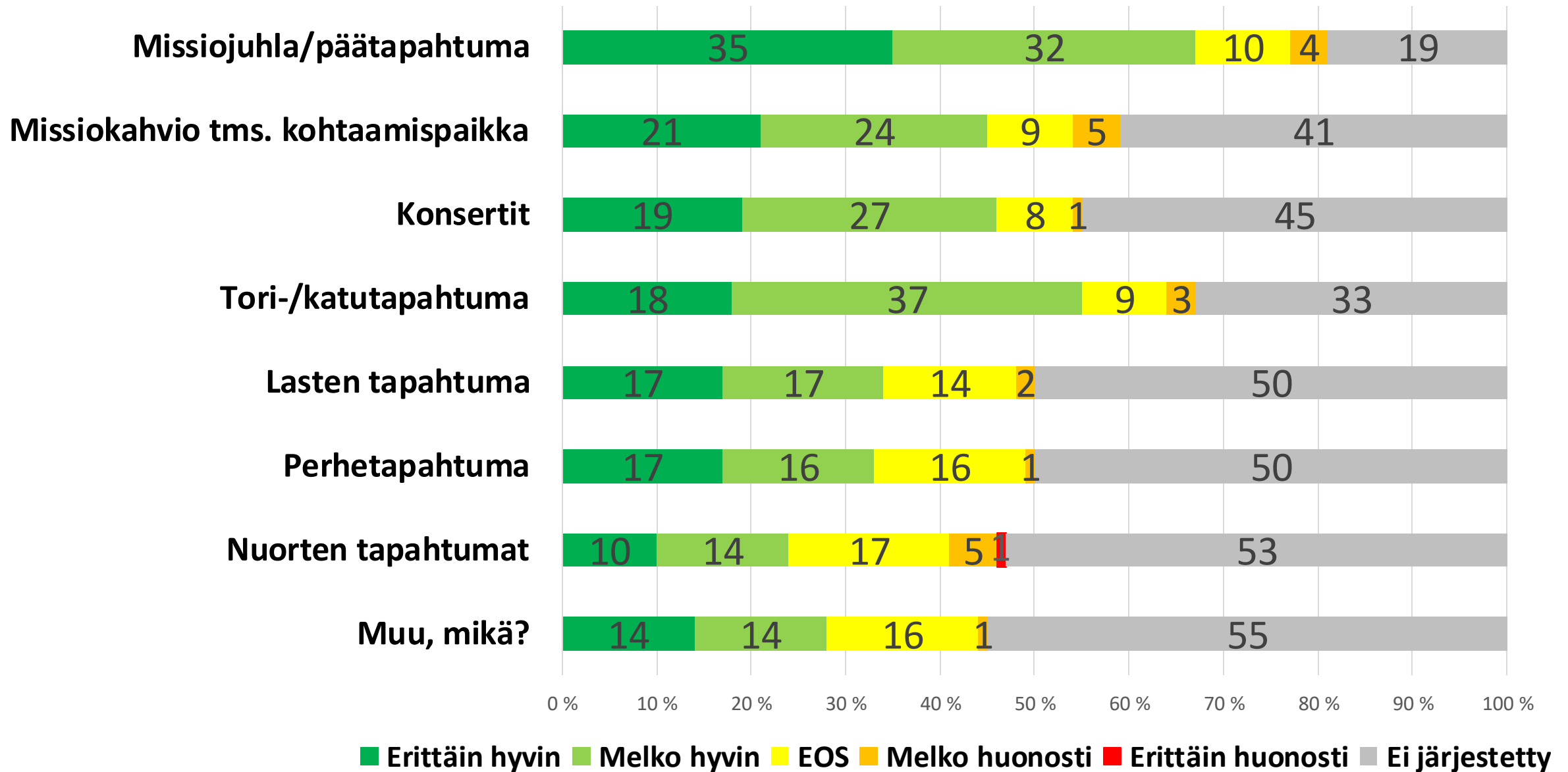


■ Sopivan pituinen   ■ Liian lyhyt   ■ Liian pitkä

## 10. Saiko missio mielestänne paikkakunnallanne tarpeeksi näkyvyyttä?



# 11. Miten seurakuntanne järjestämät missiotapahtumat/tilaisuudet onnistuivat?

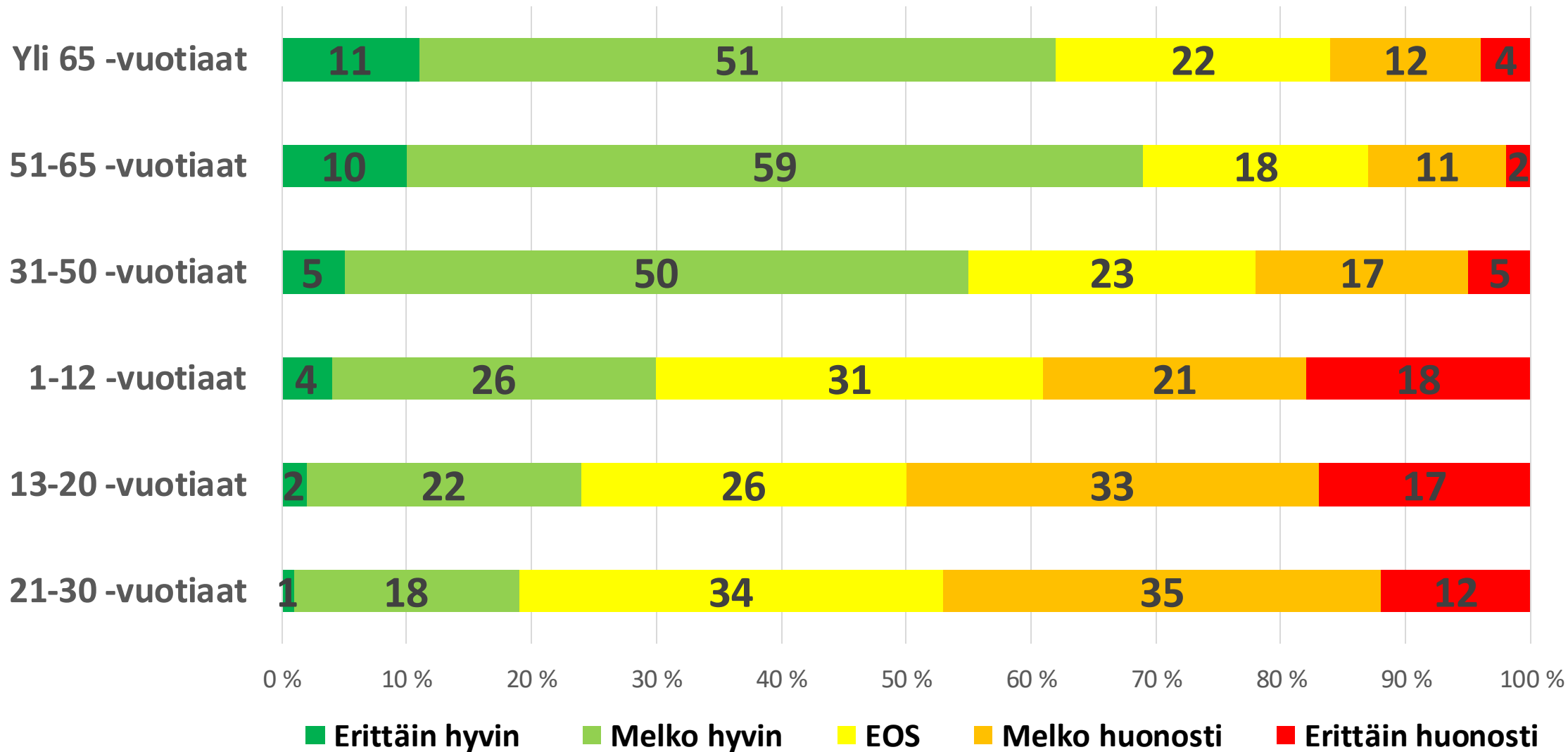


# Kysymys 11. Muu, mikä?

- Kahvilatoimintaa, katuruokailua, ruokakassien jakoa, kahvi- ja mehutarjoilua
- Evankelointibussi, kohtaamisia kaduilla, avoimia ovia
- Raamattupiirejä, kotikokouksia, vanhainkotiartauksia
- Majatalo-iltoja, todistuskokouksia, Tuomas-messu
- Kouluvierailuja, naisten- ja miestenillat, missioviikonloppu
- Elokuvailta, kansainvälinen basaari
- Raamattu- ja evankelointikoulutuksia
- Yhteiskristillistä toimintaa
- Alfa-/Xee -kursseja, krito-ryhmiä (mission jälkeen)

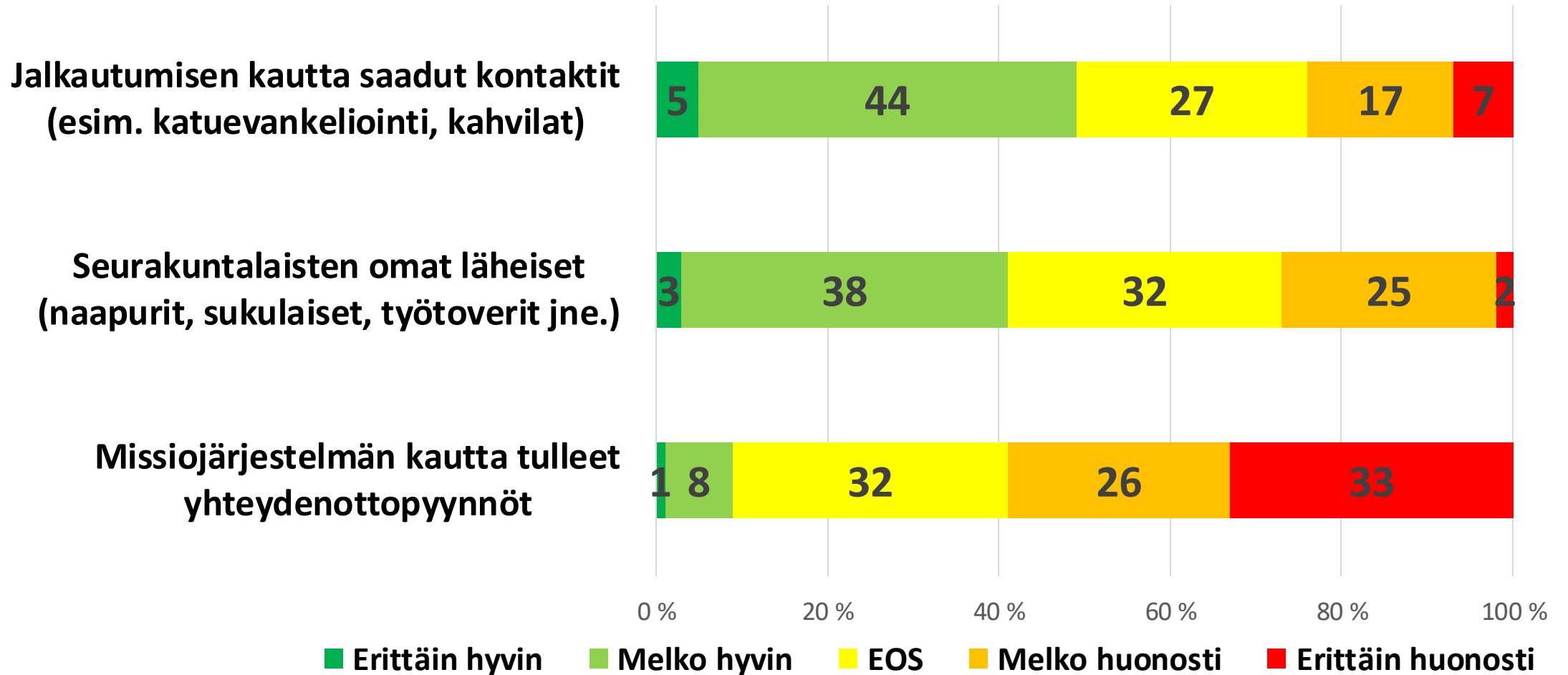


## 12. Miten saavutitte eri ikäluokat seurakuntanne tapahtumissa?

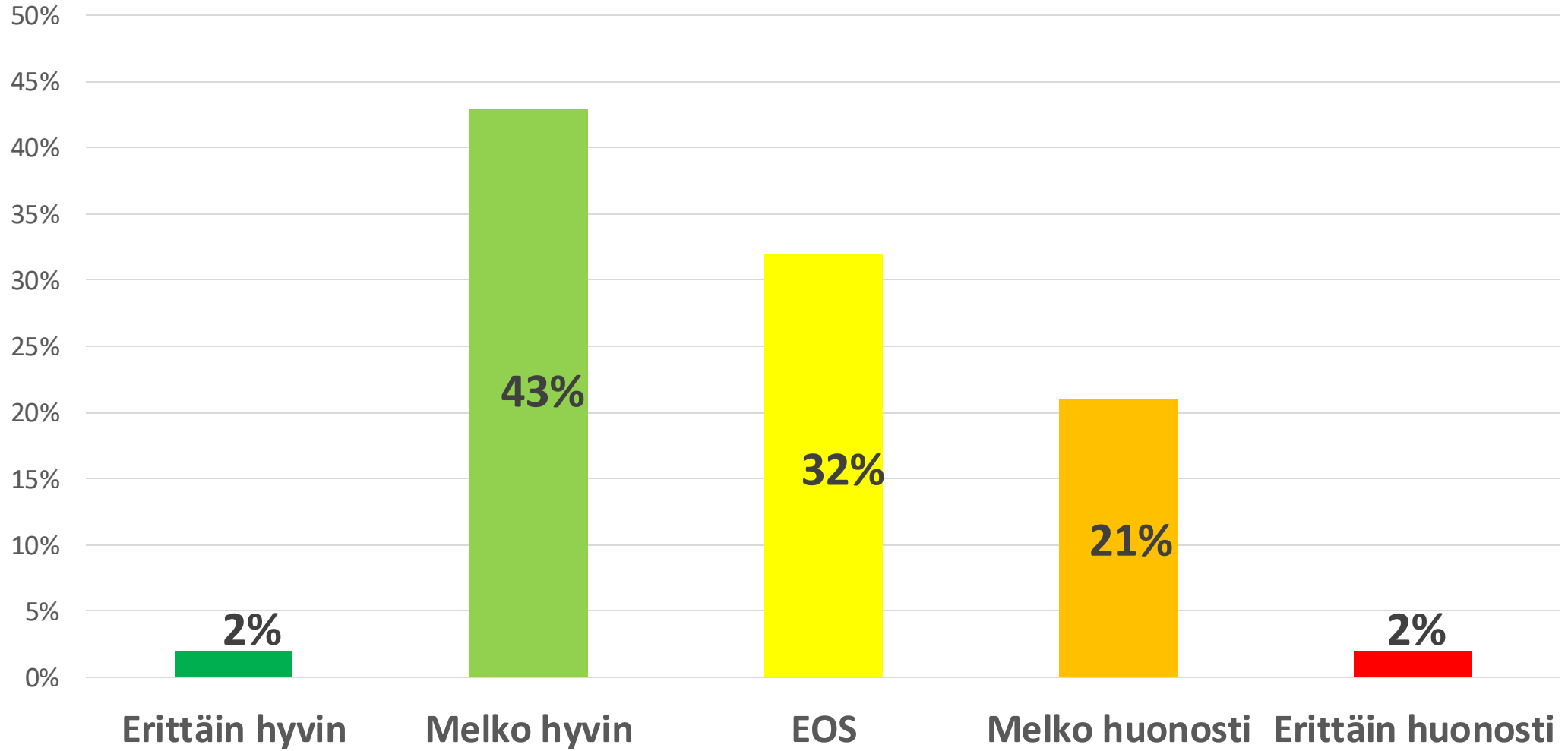




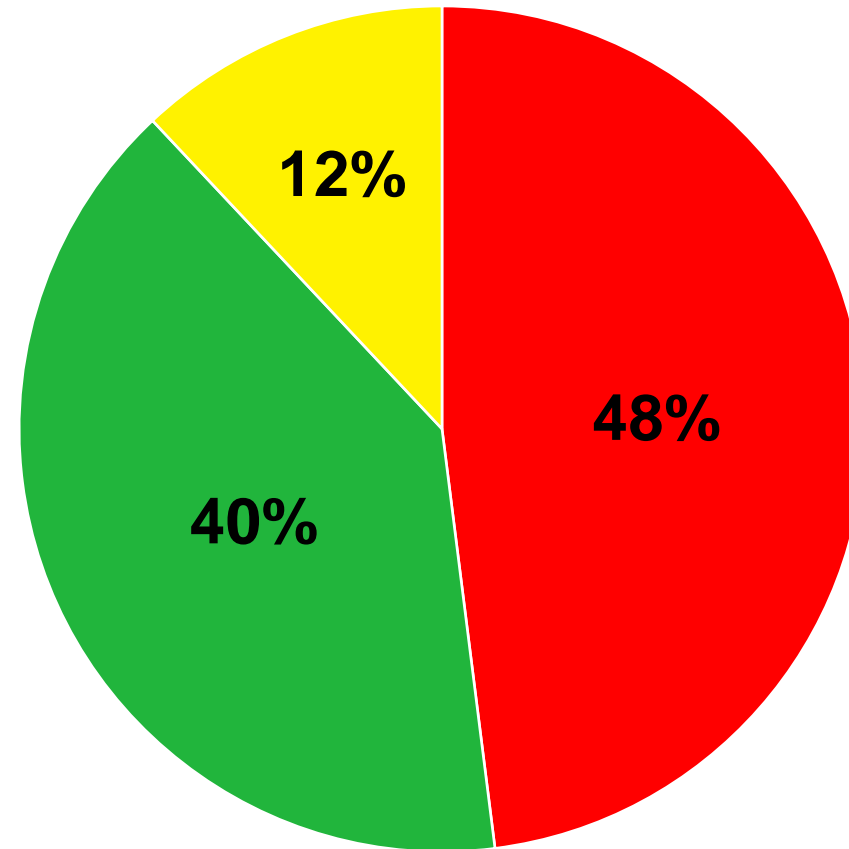
### 13. Miten arvioitte mission saavuttaneen eri kohderyhmiä henkilökohtaisten kontaktien kautta omassa seurakunnassanne?



## 14. Miten hyvin koet evankelioinnin onnistuneen Se löytyi -kampanjan aikana?

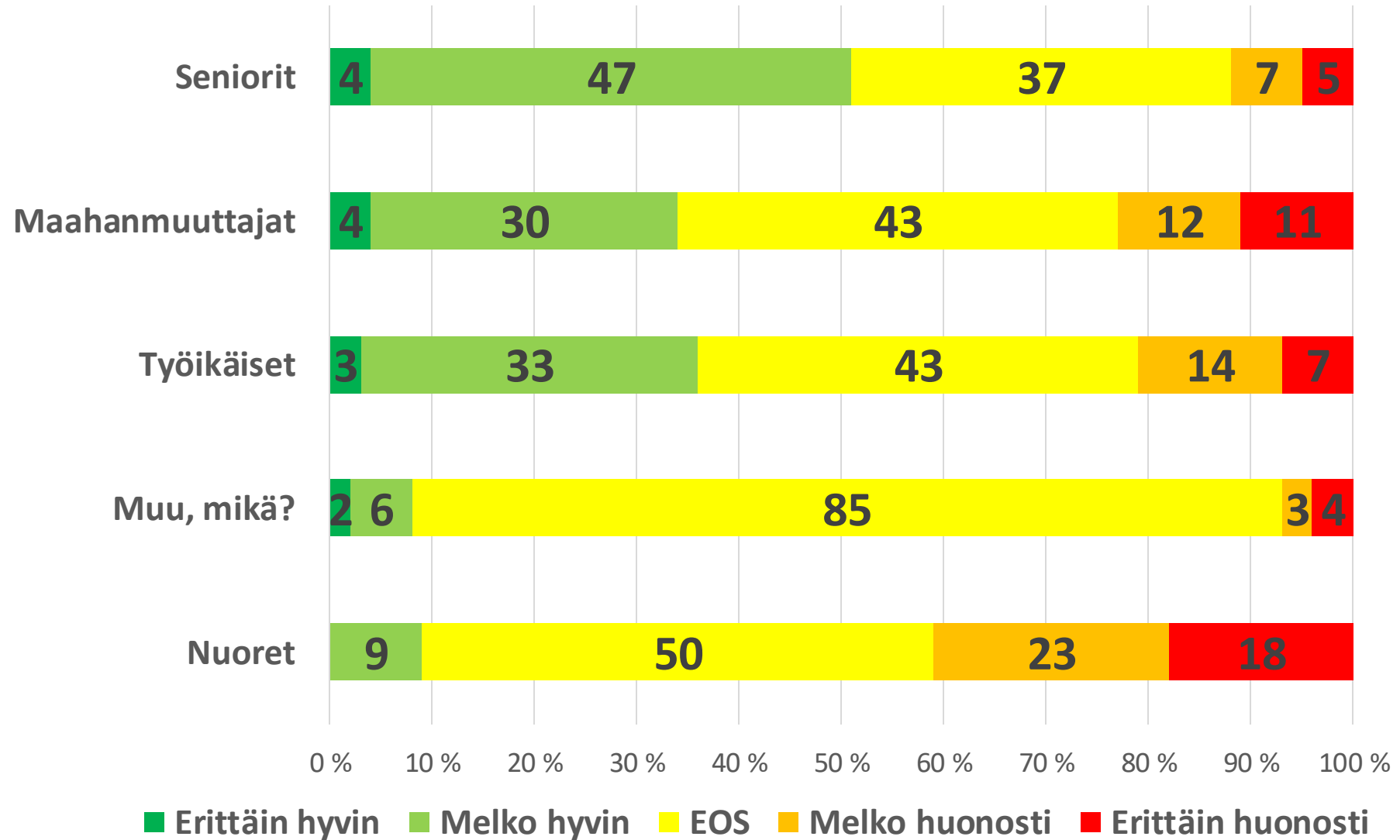


## 15. Mission yhtenä osana oli diakonia. Toteuttiko seurakuntanne diakoniaa mission yhteydessä?



■ Ei ■ Kyllä ■ En osaa sanoa

# 16. Jos diakoniaa toteutettiin, miten hyvin arvioitte mission aikaisen diakonian toteutuneen eri kohderyhmien kohdalla? N= 165



## Kysymys 16. Muu, mikä?

- Ukrainalaiset
- Yksinäiset
- Perheet
- Vähävaraiset



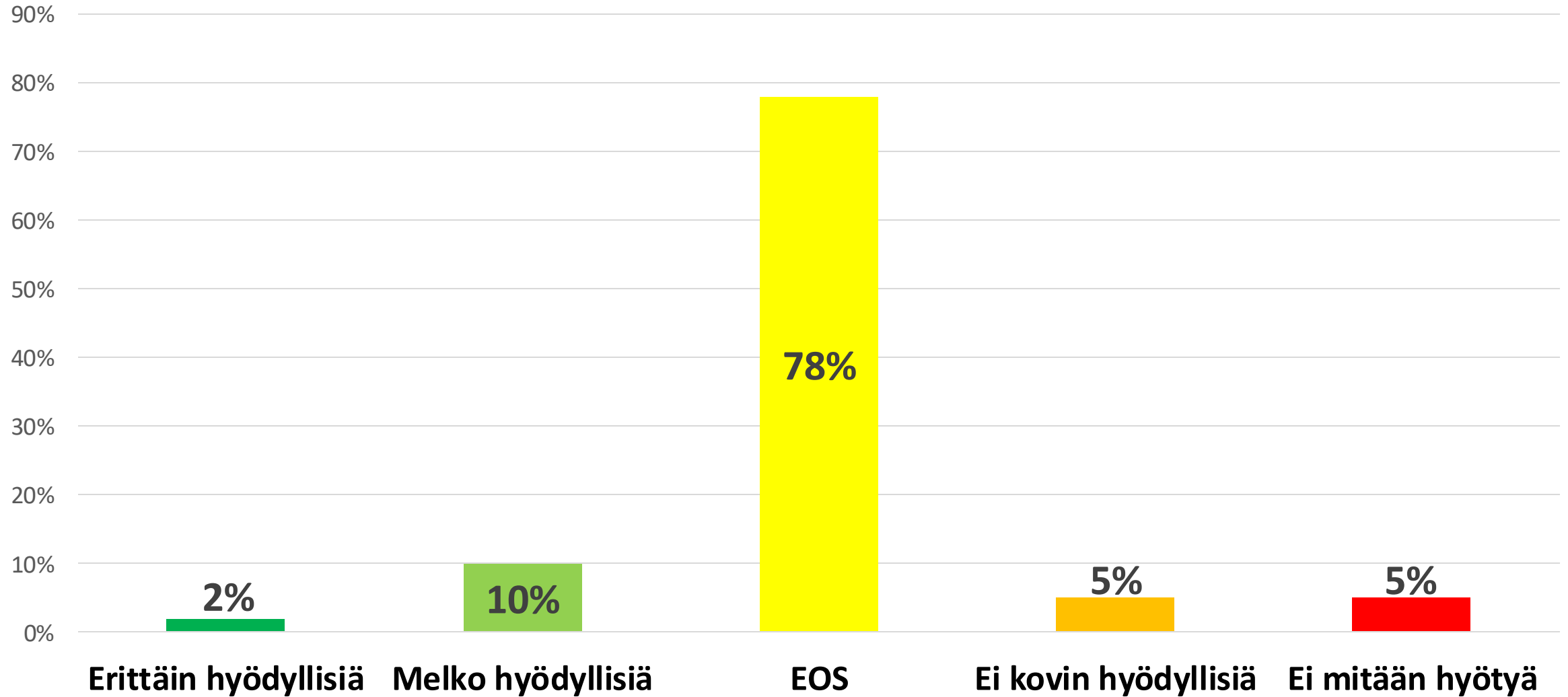
**Se  
löytyi**

## 17. Minkälaista diakoniatyötä tehtiin kampanjan aikana?

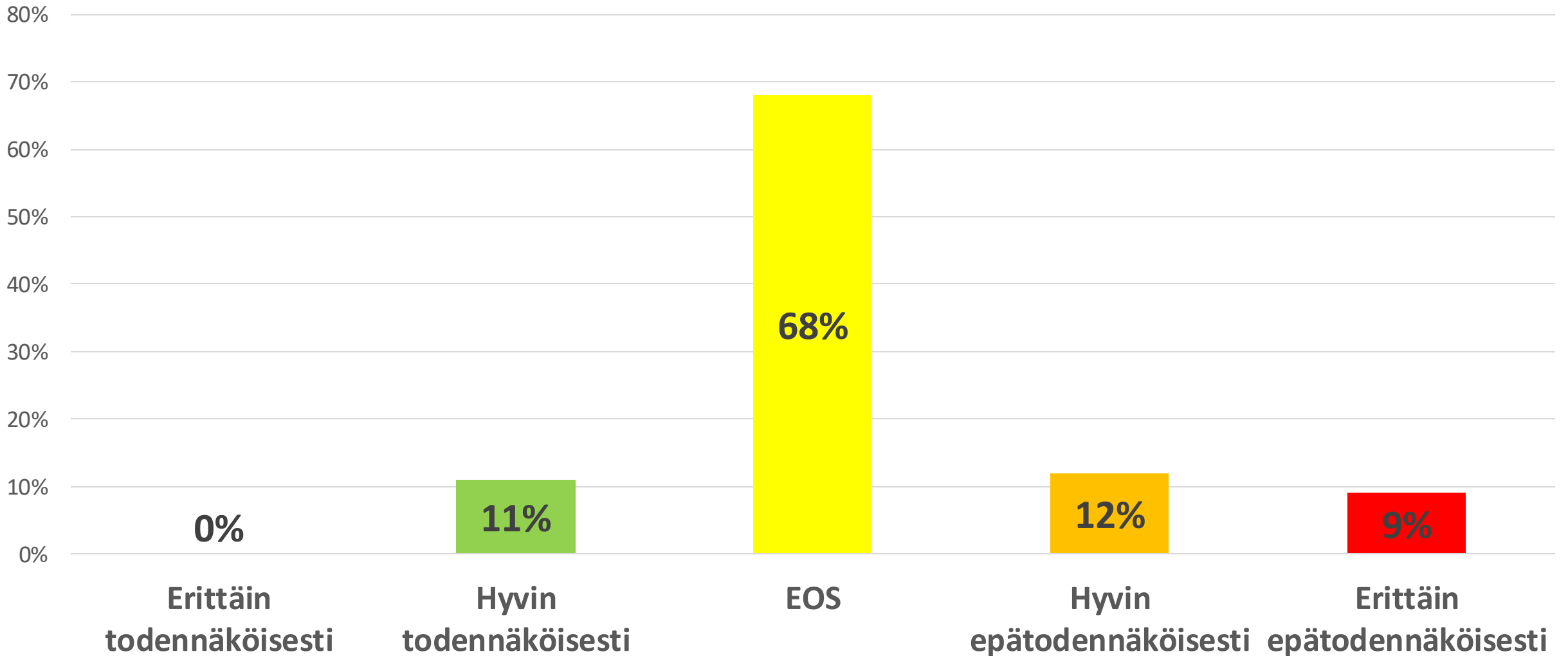
- Ruokajakelua, leipäkirkko, soppatykki
- Maahanmuuttajien auttamista
- Käytännön apua, ystäväpalvelua
- Vaatejakelua ja kierrätystoritoimintaa
- Yhteydenpito vanhuksiin ja naapureihin
- Kotikäyntejä, kyyti- ja muuttoapua
- Taloudellista tukea
- Hartaushetkiä mm. palvelutaloissa
- Sielunhoito ja keskusteluapua



## 18. Miten arvioitte diakonian videoiden hyödyllisyyttä toteuttaessanne diakoniaa?

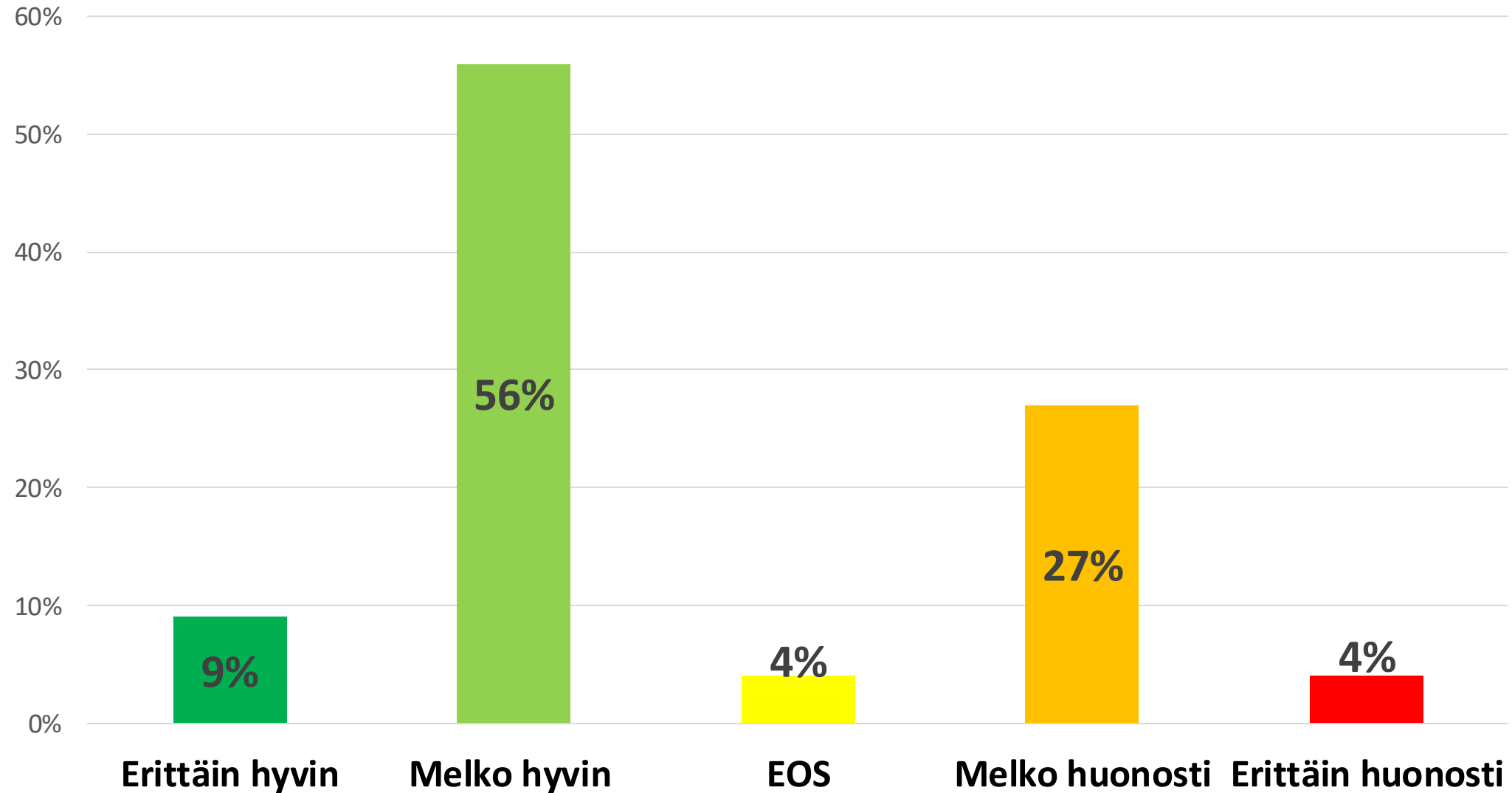


## 19. Mission diakoniatyöryhmä valmisti ohjevideot diakoniatyöstä eri kohderyhmille. Kuinka todennäköisesti aiotte hyödyntää näitä jatkossa?

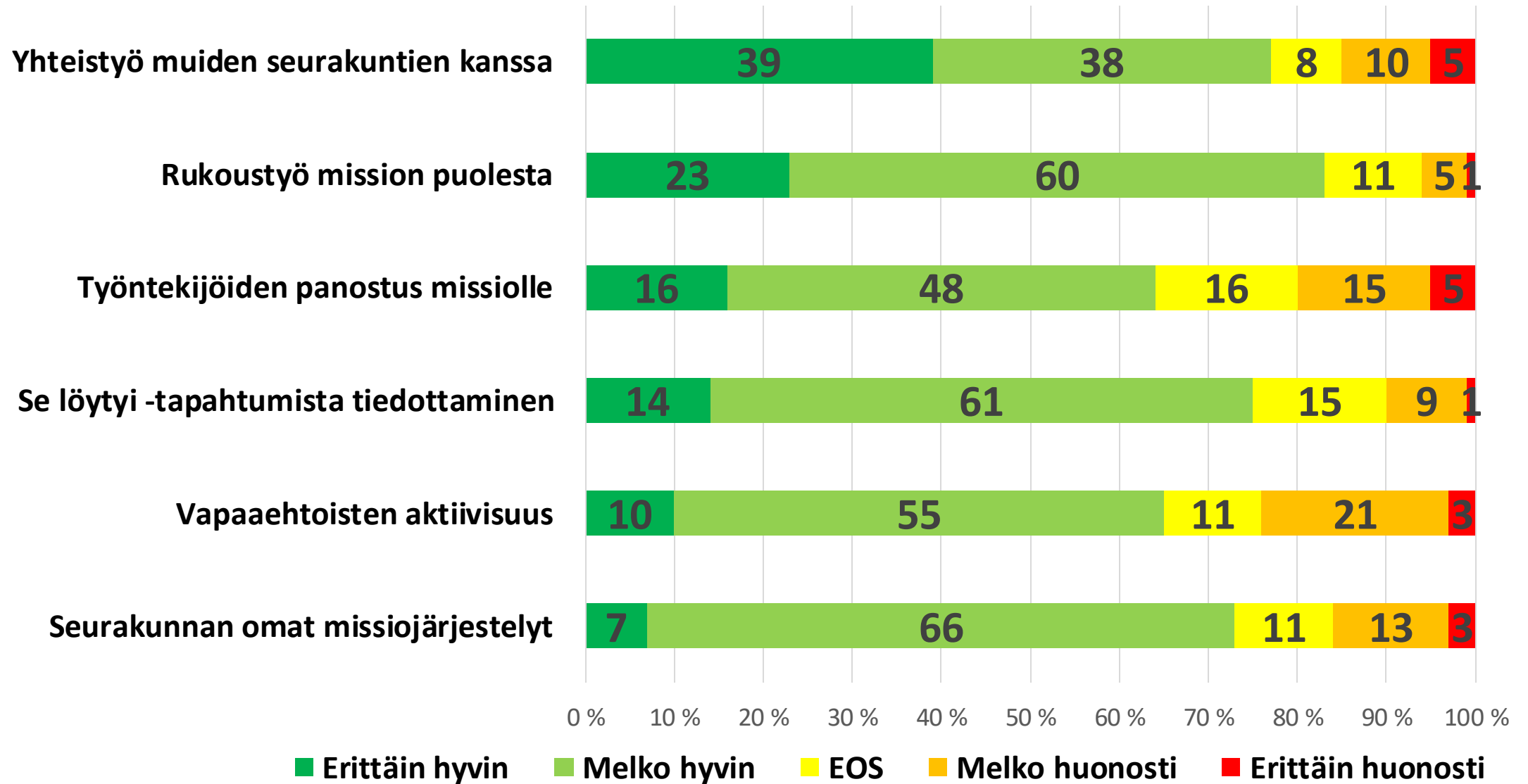




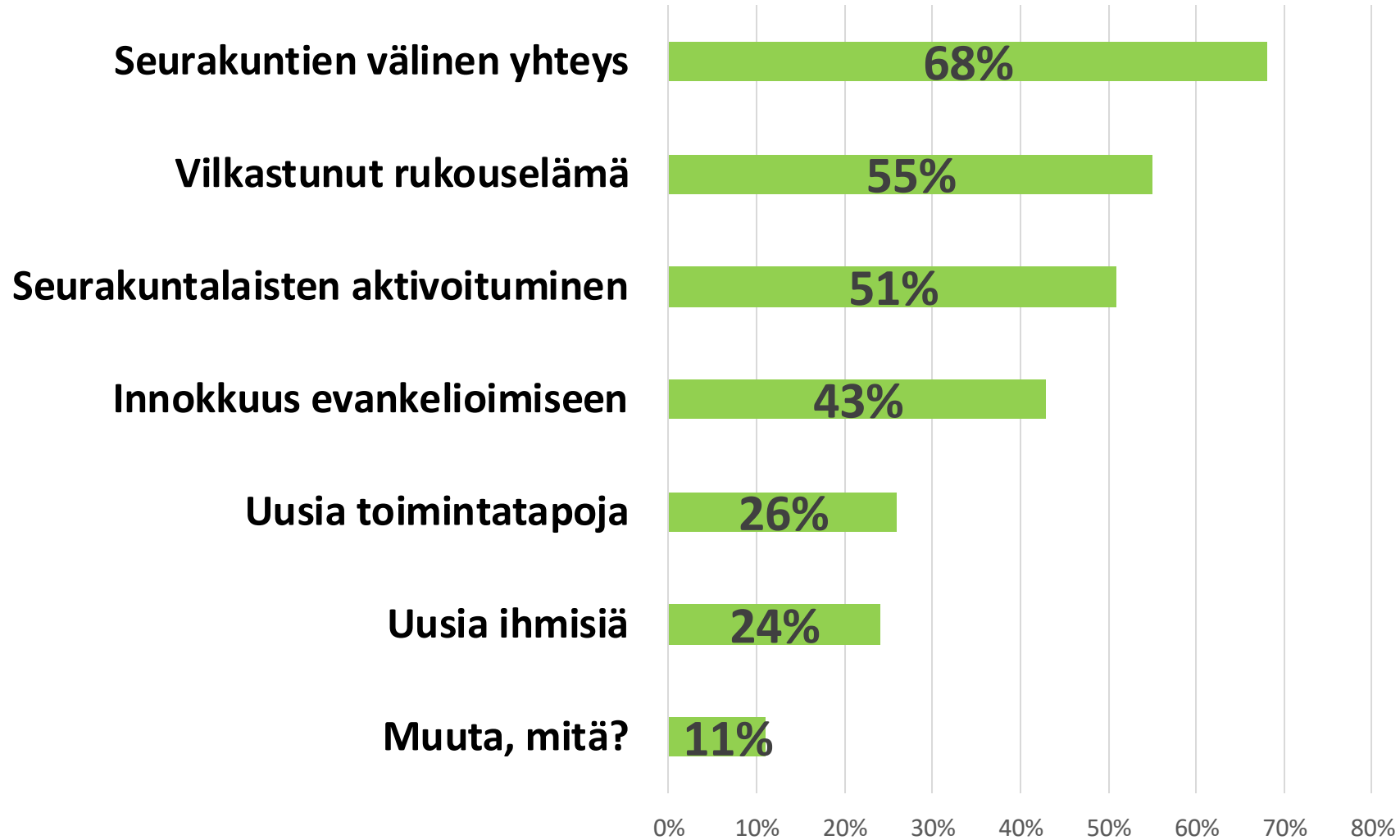
## 20. Kuinka hyvin saitte vapaaehtoisia mukaan toteuttamaan missiokampanjaa?



## 21. Arvioikaa seuraavia paikallisten toimien onnistumista



## 22. Mitä hyvää missiokampanja toi seurakuntaanne? Valitse sopivat vaihtoehdot



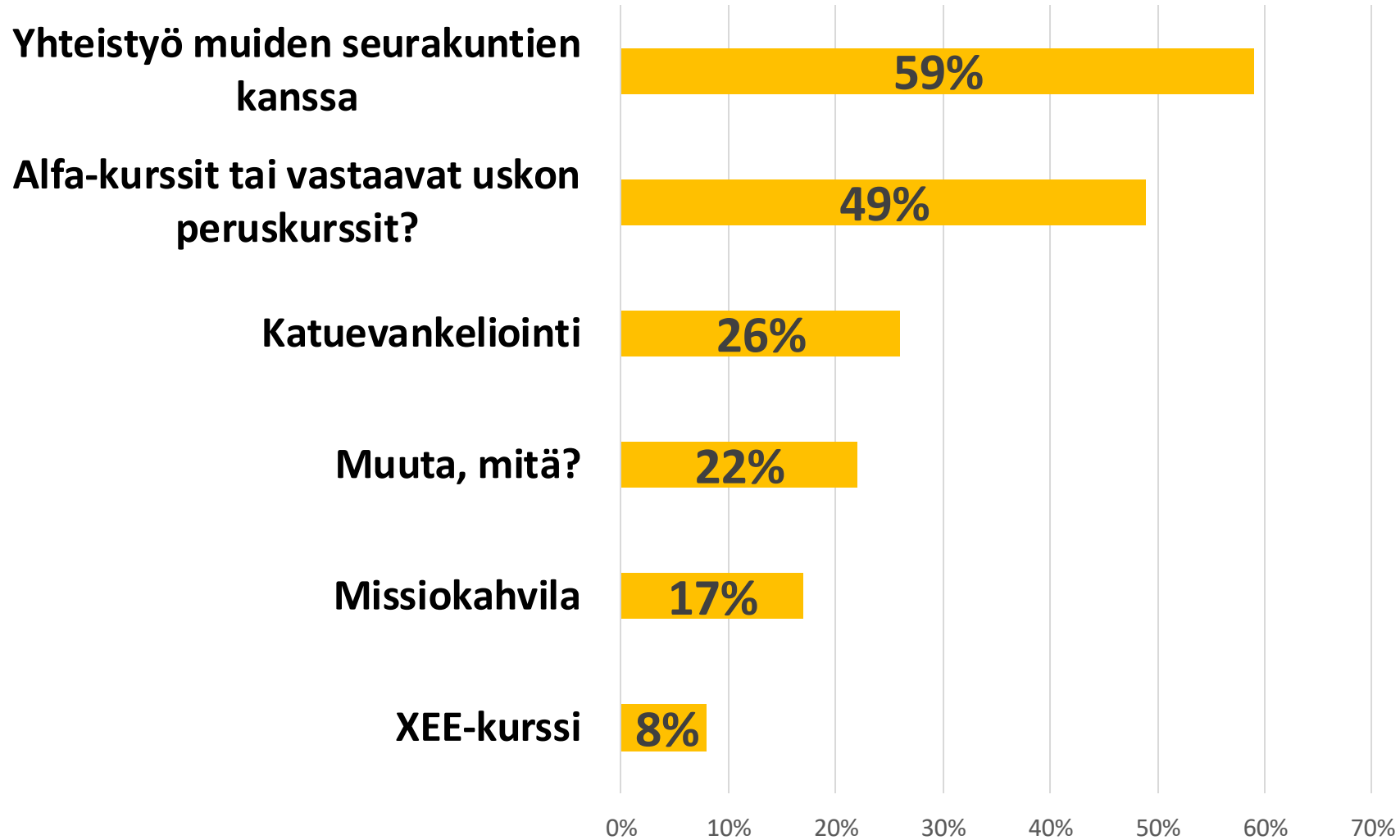
## Kysymys 22. Muuta, mitä?



- Yhteisöllisyyttä, kontakteja uusiin ihmisiin
- Vapaaehtoisten aktivoituminen, rohkeutta
- Koulutuksia, kouluttautumista
- Xee-työ, yhteiskristilliset Alfa-kurssit
- Hyvää, julkista keskustelua lehdessä
- Muistutti kristittyjen evankeliointityön tärkeydestä

***”Samanlainen banderolli eri kirkkojen luona kautta maan oli kyllä hieno juttu!”***

## 23. Mitä toimia olette toteuttamassa mission jälkeen? Valitse sopivat vaihtoehdot

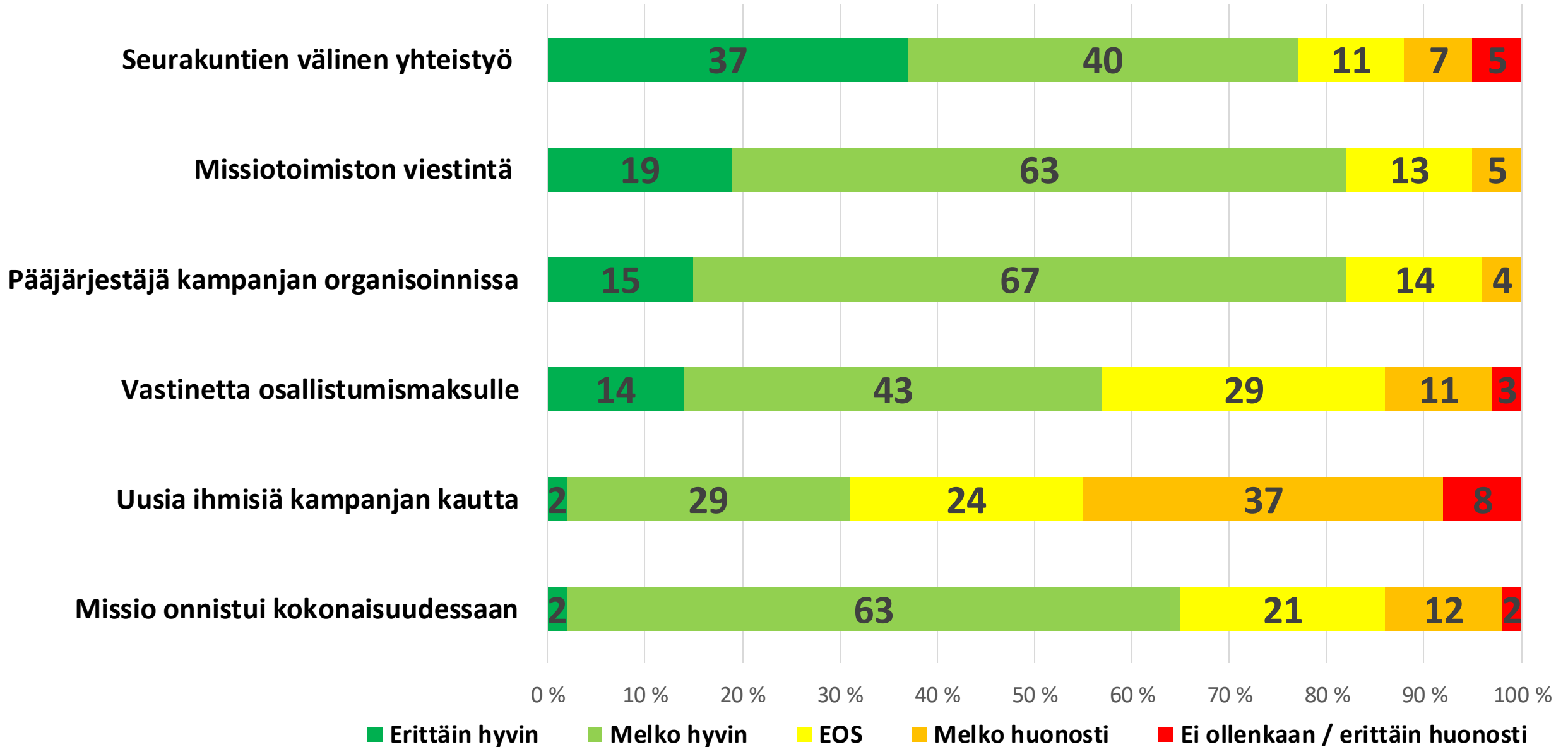


## Kysymys 23. Muu, mikä?

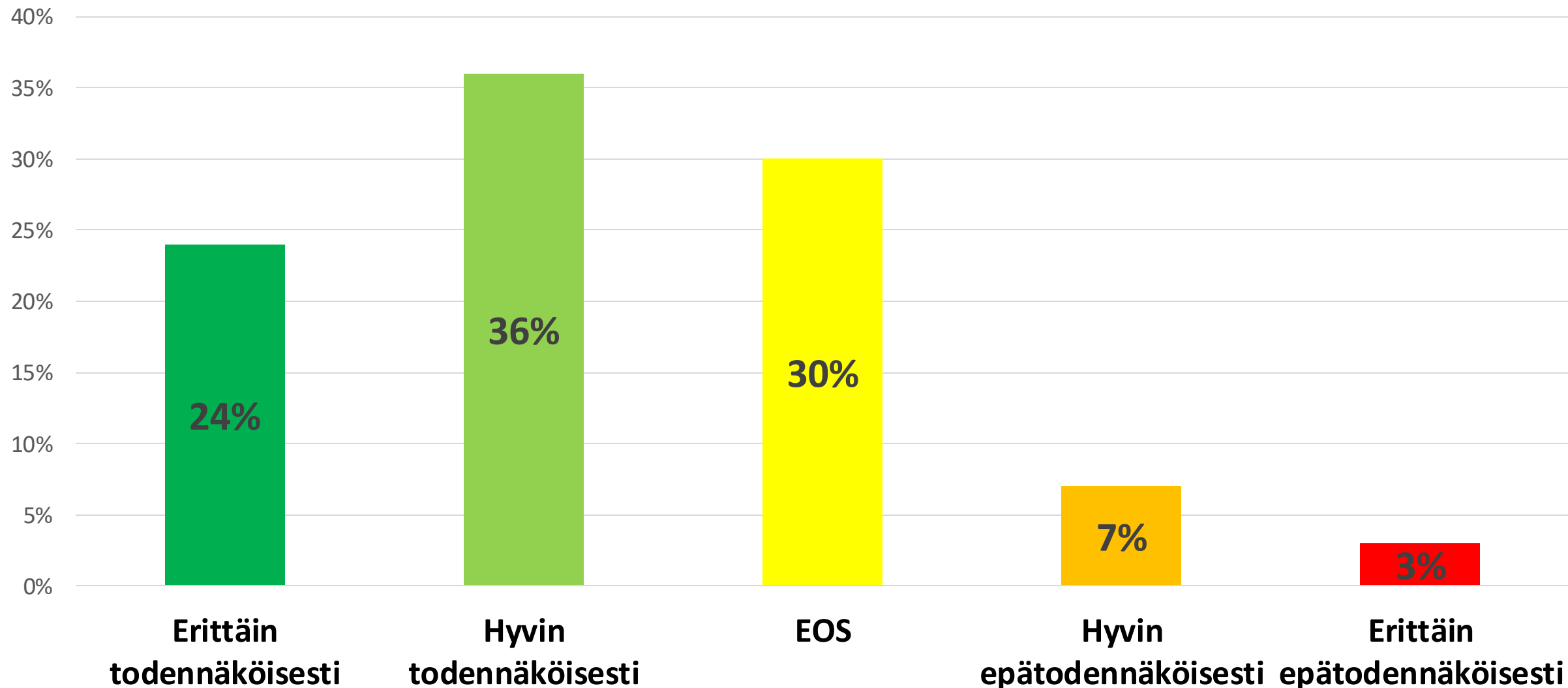
- Nuorteniltoja, nuorten tavoittamiseen uusia tapoja
- Ruokailutilaisuuksia, pizzailtoja
- Rukousta, pienryhmiä, keskustelupiirejä
- Musiikkityötä
- Neulepysäkki
- Diakoniatyötä
- Yhteiskristillisiä tapahtumia



## 24.1. Arvioikaa mediakampanjan onnistumista



## 24.2. Kuinka todennäköisesti seurakuntanne osallistuisi vastaavanlaiseen mediakampanjaan tulevaisuudessa?





## Mission onnistumiset

- Yhteiskristillinen toteutus koettiin monin paikoin toimivaksi
- Seurakuntien välinen yhteistyö vilkastui
- Tapahtumia ja erilaisia tempauksia toteutettiin ympäri Suomea onnistuneesti
- Se löytyi –kirjasta ja stooreja pidettiin pääsääntöisesti hyvinä
- Kahvilatoiminta vilkastui
- Rukouselämä vilkastui
- Jälkihoitoon panostettiin monilla paikkakunnilla (Alfa, Xee ym.)



# Mission haasteet

- Mainostaminen alkoi liian myöhään
- Tapahtuman syksyinen ajankohta, päällekkäin seurakuntavaalien kanssa (kevät-kesä parempi)
- Tuotevalikoima turhan suuri
- Osa tuotteista loppui missiokaupasta kesken
- Vaatteissa olisi pitänyt huomioida syksyinen ajankohta
- Moni koki käyntikortit, banderollin ja lipun turhiksi
- Mission koettiin suosivan enemmän suuria seurakuntia
- Kampanjan medianäkyvyydessä suuriakin paikallisia vaihteluita



# Mission haasteet

- Se löytyi –kirjasen jakelussa alueellisia ongelmia
- Ihmeellinen suunnitelma –lehtinen lapsille jakoi mielipiteitä
- Liian vapaakirkollinen korostus
- Bitrix24 –järjestelmä koettiin sekä hankalaksi että melko turhaksi
- Vapaaehtoisten rekrytointi koettiin monin paikoin haastavaksi
- Kampanja ei tavoittanut nuoria toivotulla tavalla
- Se löytyi -kirjaan ja strooreihin olisi kaivattu myös nuorten todistuksia



## Palautetta

- ❖ *Kirja oli loistava!*
- ❖ *Tästä leikataan vielä satoa!*
- ❖ *Kristittyjen yhteys eri puolella Suomea on vahvistunut.*
- ❖ *Varmasti moni on kuullut nyt Jeesuksesta, siemen kylvetty, sato korjataan myöhemmin.*
- ❖ *Oli upeaa olla mukana tässä monella tavalla historiallisessakin hankkeessa.*

Se  
löytyi



## Kohti seuraavaa mediakampanjaa

- Ajankohdaksi kevät-kesä
- Suunnittelun, markkinoinnin ja rukouskampanjan aloitus ajoissa
- Tarkempaa ohjeistusta ja räätälöidymiä tuotteita
- Väljempää alueellista toimintaa
- Tärkeää panostaa nuorten ja maahanmuuttajien tavoittamiseen

***”Rukouksin valmistelemaan uutta ja opitaan vanhasta.”***





The image shows a workspace with a laptop, a tablet, and a smartphone, all displaying a promotional campaign for 'Se löytyi'. The campaign features a woman in a blue and white striped shirt. The text on the materials includes 'Se löytyi', 'Löydä sinäkin!', 'Ota rohkeasti yhteyttä.', '0800 135 135', 'seloytyi.fi', and 'info@missio2022.fi'. A white box with the text 'Suuret kiitokset!' is overlaid on the center of the image.

# Suuret kiitokset!

Se löytyi  
Mina Herttä | fysioterapeutti

Löydä sinäkin!  
Ota rohkeasti yhteyttä.

0800 135 135  
seloytyi.fi | info@missio2022.fi

Se löytyi  
Mina Herttä | fysioterapeutti

Löysin rauhan  
Lähellä sinään.  
Ota rohkeasti yhteyttä.