



www.ristinvoitto.fi

Ristin Voitto



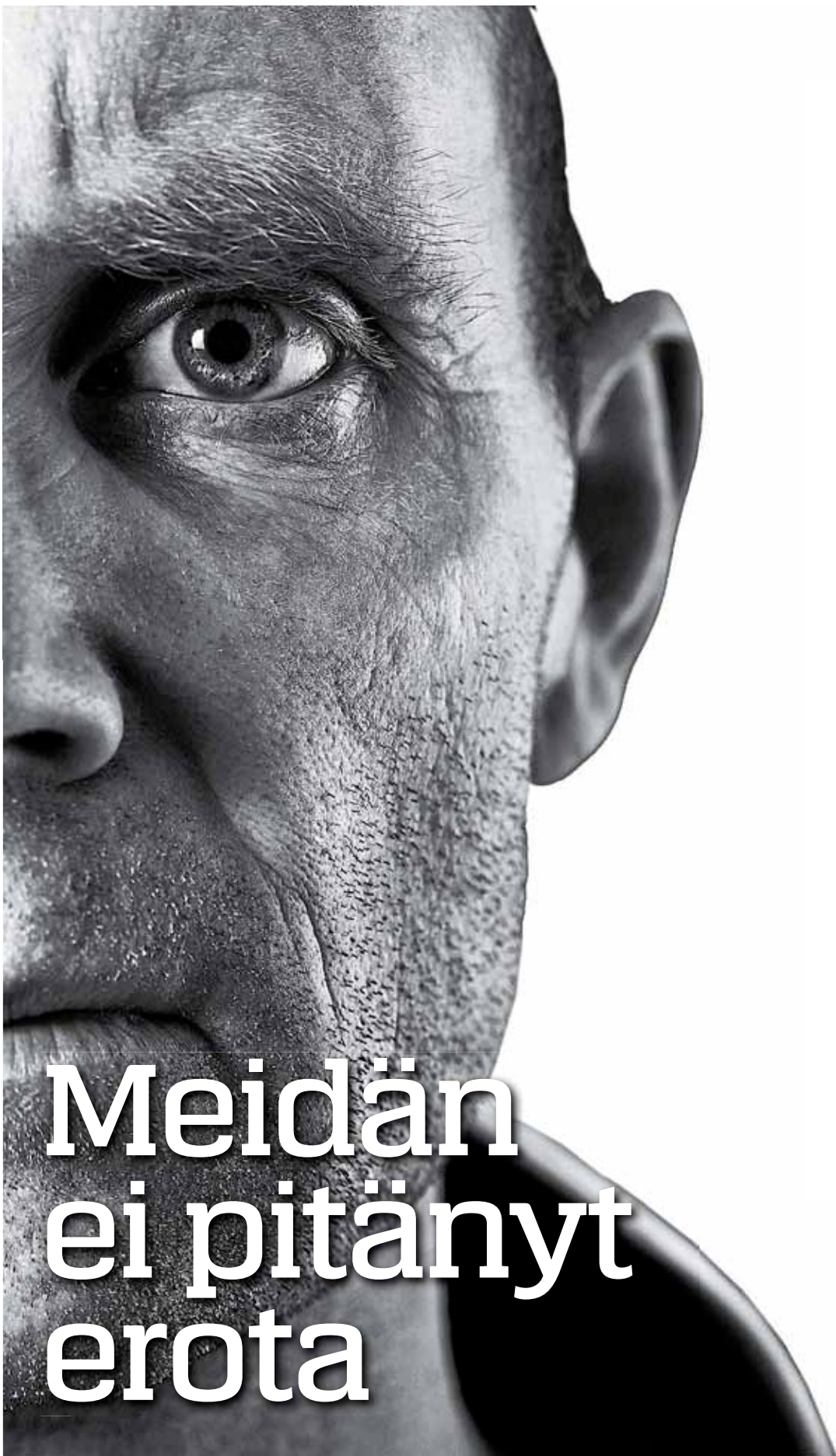
<< PRO1 - Itella Posti Oy <<
Itella Green

Nro 10

6. maaliskuuta 2014

» "Olemmeko liian salonkikelpoisia?"

Mika Korkatti uskoo, että innostuminen on herätyksen edellytys. **Sivu 2**



Meidän ei pitänyt erota



» Kun arvot, asenteet ja ajatukset eivät enää tue avioliittoa **Sivut 16-18**

» Sana leviää Siperiassa **Sivu 4**

■ Romanikyliä tuhannet tarinat **Sivu 6**

■ Pyhän Hengen täyteys **Sivut 10-12**

Pääkirjoitus » Maailmankatsomukset puntariin **Sivu 3**

» puheenaihe » uutiset » keskustelu » usko ja elämä » ajassa » radio-TV » ilmoitukset



Pertti Luukkari

Markkinoinnissa saa olla pilkettä silmäkulmassa, Mika Korkatti rohkaisee seurakuntia.

Mika Korkatti aloitti Aikamedian myyntipäällikkönä

Kaikkein kalleimman asian palveluksessa

Anna Lehtinen

Oma kustannusliike on herätysliikkeen – ja herätyksen – palvelija, Aikamedian myynti- ja markkinointipäällikkö Mika Korkatti sanoo. Hän toivoo vieläkin tiiviimpää yhteistyötä seurakuntien ja kustannusyhtiön välillä.

Myynti ja markkinointi. Sanapari, joka voi saada jotkut kristityt näkemään punaista. Aikamedian uudelle myynti- ja markkinointipäällikölle **Mika Korkatille** ne ovat ammatit.

Korkatille työ myynnin ja markkinoinnin parissa on osa kutsumusta. Markkinointi on lähellä evankeliointia, kotiseurakunnassaan aktiivisesti palveleva lempääläläinen toteaa.

– Olen kiitollinen, että saan palvella lahjoilani kaikkein kallisarvoisinta asiaa ja vaikuttaa seurakuntien toimintaan voimaannuttavasti ja innostavasti.

Korkatti siirtyi myynti- ja markkinointipäälliköksi palvelutuaan viisi vuotta Aikamedian lehtien levikkipäällikkönä. Edellinen myyntipomo **Seppo Rajamäki** aloittelee eläkepäiväänsä ja sijaistaa vielä hetken toisessa tehtävässä Aikamediaassa.

Helluntaiherätyksen kustannusliikkeellä menee kristillisten kustantajien joukossa melko hyvin.

– Se on kiitosaihe, Korkatti toteaa.

– Tämä on marginaalitoimintaa ja volyymit ovat pieniä. Kristillisten kustannusliikkeiden toiminnassa ei ole kuitenkaan tapahtunut mitään romahdusta.

Aikamedia, Kuva ja Sana, Päivä, KKJMK, Perussanoma... Suomeen mahtuu kristillisiä kustantajia pitkälti toistakymmentä ja volyymit ovat pieniä. Kristillisten kustannusliikkeiden toiminnassa ei ole kuitenkaan tapahtunut mitään romahdusta.

Aikamedia, Kuva ja Sana, Päivä, KKJMK, Perussanoma... Suomeen mahtuu kristillisiä kustantajia pitkälti toistakymmentä ja volyymit ovat pieniä. Kristillisten kustannusliikkeiden toiminnassa ei ole kuitenkaan tapahtunut mitään romahdusta.

Sanan uudet väylät käyttöön

Maailmassamme sana on saanut merkittävästi uusia muotoja viime vuosina. Erityisesti paperilehdet menettävät suosiotaan, kirja pitää pintansa paremmin.

Mika Korkatti ei usko perinteisten formaattien nopeaan kuolemaan, vaikka tablettitietokoneiden voittokulku rokkii sähköisten julkaisujen yleistymistä. Kädessä pidettävät paperiset julkaisut elävät pitkään uusien sähköisten sovel-

lusten rinnalla.

– En pelkää joko-taita vaan uskon, että tulevaisuus on entistä enemmän sekä-että, Korkatti muotoilee.

– Sisältö ratkaisee, ja asiakas päättää, mikä on hänelle luonnollisin tapa kuluttaa sitä. Meidän tehtävämme on rakentaa kuluttajille vaihtoehtoja.

Aikamedia aloitti digitaalisten tuotteiden myynnin viime vuoden lopulla, Korkatin sanoin "varovaisen päämäärätietoisesti". Sähköiset lehdet, kirjat ja musiikki ovat Aikamedialle ennen kaikkea palvelukanava, ja Korkatti uskoo, että tulevaisuudessa yhä merkittävämpi sellainen.

Ei pikavoittoa

Myynti- ja markkinointipäällikkö painottaa Aikamedian kumppanuutta seurakuntien ja Hyry-yhdistysten kanssa.

Muutama vuosi sitten alkanut *Ristin Voiton* ja seurakuntien lehti yhteistyö kattaa jo 34 seurakuntaa ja on lähes tuhlannut viikkolehden levikin. Hyry-yhdistyksistäkin suurin osa julkaisee Aikamedian kautta – usein *Ristin Voiton* liitteenä – omia liitelehtiään.

– Ristin Voitto on helluntailaiset yhdistävä kanava, josta huolehtiminen on kaikkien yhteinen tehtävä.

Korkatti toivoisi vielä syvempää yhteistyötä seurakuntien ja helluntaiherätyksen kustannusliikkeen välillä.

– Haluamme kehittyä omalla sektorillamme, ja toivomme, että kumppanimme voivat hyödyntää esimerkiksi nettikauppaamme. Tavoitteenamme on tarjota entistäkin parempaa palvelua.

Korkatti iloitsee siitä, että muutamien seurakuntien kirjamyynnejä on uudistettu viime vuosina. Kirjamyynneissä eletään hänen mukaansa "perusseesteistä aikaa".

– Mahdollisuudet ovat hyvät, mutta kirjamyynnin kehittäminen vaatii panostusta. Vaikka joissakin seurakunnissa kirjamyynnin tuotto on moninkertaistunut, eurot ovat vain yksi puoli.

Kaikkessa täytyy muistaa, että teoilla on iankaikkista merkitystä.

– Aikamedia ei hae pikavoittoa. On tärkeää toimia vilpittömästi ja eettisesti oikein. Olemme toimineet yli 100 vuotta – toivottavasti voimme toimia Herran tulon asti.

Kirjamyynnit elävät seurakuntien elämän sykkeessä. Jos seurakunnassa on näkyä ja herätystä, sen huomaat myös kirjamyynnissä.

Omassa kotiseurakunnassaan, Lempäälän helluntaiseurakunnassa, toimiminen auttaa Korkattia työssä: parhaat ideat syntyvät ruohonjuuritasolla, kun pohditaan, mikä voisi auttaa seurakuntaa sen ajankohtaisessa tilanteessa.

– On mukavaa lähestyä seurakuntia yhteistyökumppanina ja asiantuntijana.

Markkinointiin pitäisi seurakunnissa kiinnittää Korkatin mielestä nykyistä enemmän huomiota. Seurakunnan toiminnasta pitäisi kertoa systemaattisesti paitsi seurakunnan jäsenille, myös seurakunnan ulkopuolisille ja eri yhteistyökumppaneille.

– On kuntia ja kaupunkeja, jotka eivät tiedä mitään esimerkiksi paikkakunnan helluntaiseurakunnan lapsityöstä.

Seurakunnan täytyy tuntea asiakkaansa eli jäsenensä. Sisäisessä markkinoinnissa toimiva

ja kattava jäsenrekisteri on tärkeä työkalu, joka antaa tietoa jäsenistöstä. Esimerkiksi Korkatti antaa varkkikerhon.

– Onko otettu selvää, montako varhaisuorta seurakunnan jäsenen perheissä on ja onko heille kaikille kerrottu kerhosta?

Korkatti uskoo, että tulevaisuudessa isoihin seurakuntiin palkataan markkinointipäälliköitä, joiden tehtävä on viestiä seurakunnan toiminnasta tehokkaasti eri ryhmille.

– Ajatusta ei kannata kauhistua, sillä markkinointi voi olla todellista evankeliointia.

Hyvät Sanomat takapenkeille

Mika Korkatti ei ajattele, että uskovaistilalle pitäisi markkinoida tuotteita eri tavalla kuin ei-uskovaisille.

– Olemme kaikki tavallisia ihmisiä.

Aikamedian markkinointiin hän nappaa ideoita kaikkialla ympärillämme vaikuttavasta markkinointimaailmasta.

Mitään täysin uutta ja mullistavaa on enää vaikeaa keksiä.

– Ideoiden soveltaminen ja kopioiminen ovat markkinoinnin arkipäivää.

Tuotteiden hengellisyys tuo kuitenkin oman mausteensa markkinointiin. Aivan kaikkia äärimmäisiä keinoja ei halua eikä ole syytä käyttää, vaan asioiden arvokkuus on otettava huomioon.

Korkatin mielestä kristitylläkin toimijalla saa silti olla pilkettä silmäkulmassa. Sanoman esittämistapaa voi keventää riensamatta tai vähättelemättä viestiä.

Vaikka markkinointipäällikkö joskus harvoin saakin seurakuntavierailla kuulla olevansa "kauppamies Herran huoneessa", Korkatti näkee Aikamedian ennen kaikkea herätyksen edistäjänä.

– Yksi tekijä herätyksessä on, että innostus leviää ja näkyä eletään todeksi ihmisten kesellä.

– Väitän, että jos ylipäättään kerroo Jeesuksesta joskus jollekin, kristilliset tuotteet tulevat kyllä mieleen. Ne ovat välineitä kertoa evankeliumia luonteasti.

Aikoinaan monen helluntailaisen auton takapenkillä kulki jatkuvasti nippu Hyvä Sanoma –lehtiä valmiina ojennettavaksi arkielämän keskellä kohdatuille lähimmäisille.

Jotakin herätysliikkeellemme on kuitenkin muutaman viime vuosikymmenen aikana tapahtunut.

– Onko meistä tullut niin salonkikelpoisia, että usko nähdään vain henkilökohtaisena asiana? Korkatti heittää.

kuka

Mika Korkatti

- » 43 vuotta
- » naimisissa, aikuiset lapset
- » asuu Lempäälässä ja kuuluu Lempäälän helluntaiseurakuntaan
- » harrastaa seurakunnassa palvelimesta
- » haaveilee lähetystyöstä lämpimässä maassa

Ristin Voitto

Kristillinen viikkolehti ■ Vuodesta 1912 ■ Päätoimittaja Leevi Launonen

Suomen helluntaiseurakuntien julkaisu ■ 103. vuosikerta, ISSN 0355-4155 ■ www.ristinvoitto.fi

Toimituksen postiosoite rv.toimitus@aikamedia.fi ■ Aikamedia/RV-lehti, Jäspilänkatu 2, 04250 KERAVA ■ fax (09) 495 676

Maailmankatsomukset puntariin

MAAILMAN ehkä tunnetuin fyysikko Stephen Hawking on sitä mieltä, että ihmiskunnalla on aikaa korkeintaan tämän vuosisadan loppuun. Jos hän on oikeassa, nyt elämäänsä aloittava sukupolvi tulee näkemään maaplaneettamme tuhon.

Valtioiden toimenpiteet ilmastonmuutoksen torjumiseksi, kestävä kehityksen toteuttamiseksi ja ihmiskunnan pelastamiseksi ovat olleet toivottoman heikkoja. Viime kädessä kyse ei ole ainoastaan politiikasta vaan sen taustalla vaikuttavista arvoista ja maailmankatsomuksesta.

Vielä 1960–80-luvuilla Suomessa käytiin aktiivista maailmankatsomuksellista keskustelua. Siihen osallistuivat poliitikot, vihreän liikkeen edustajat, ateistit, yliopisto-opiskelijat ja myös kristilliset vaikuttajat. Käsitystä todellisuuden luonteesta pyrittiin ymmärtämään ja perusteamaan kokonaisvaltaisesti.

Vaikka ihmiskunnan nykyinen tilanne on paljon vakavampi kuin muutama vuosikymmen sitten, katsomuksellinen keskustelu on lähes kuollut. Aikaamme vaivaa älyllinen ja henkinen välinpitämättömyys. Moniarvoisessa yhteiskunnassa on opittu suvaitsemaan kaikkea – myös kaikenlaisia maailmankatsomuksia. Monista ihmisistä on tullut älyllisesti laiskoja. Uskonnot ja ideologiat



Kampanja herättelee suomalaisia arvioimaan oman katsomuksensa perusteita.



Leevi Launonen

Mikä on Veritas Forum?

miten on



Yhtenä toimijana kevään maailmankatsomuskampanjassa on Veritas Forum. Monille suomalaisille se on melko uusi ja vieras järjestö.

Mikä on Veritas Forum, koordinaattori Markus Korri?

– Se on voittoa tavoittelematon verkosto, joka järjestää opiskelijalähtöisesti akateemisia keskustelutilaisuuksia yliopistoilla elämän suurista kysymyksistä. Jokaisessa keskustelussa on mukana kristinuskon näkökulma, joka on kuitenkin aina vain yksi mukana olevista näkökulmista. Haluamme tuoda aiheet avoimeen keskusteluyötyään yliopistomaailmassa.

Missä tilaisuuksia kevään aikana järjestetään?

näyttävät heistä samalta harmaalta mössöltä. "Antaa kaikkien kukkien kukkia" on yhteiskunnallisen elämänmenon lattea motto.

Tähän aatteelliseen harmauteen tuo kevään aikana uutta kipinää Maailmankatsomukset puntarissa -kampanja. Sen taustalla on suuri joukko suomalaisia kristillisiä yhteisöjä, järjestöjä ja tiedemiehiä. Monet arvostetut tutkijat tulevat ottamaan julkisesti kantaa maailmankatsomuksellisiin kysymyksiin. Kampanja herättää suomalaisia arvioimaan oman katsomuksensa perusteita.

Tiedemiesten kirjoituksista koostuva teemalehti *Dialogos – usko ja tiede katsomusten torilla* sisältää rohkeaa kristinuskon tuotuksien puolustamista. Maamme yliopistoissa järjestetään maalis-toukokuussa avoimia keskustelutilaisuuksia, joissa erilaisia näkemyksiä edustavat tutkijat tuovat esiin parhaat argumenttinsa. Maailmankatsomukselliset aiheet ovat esillä myös radio- ja tv-ohjelmissa.

Kaikki arvot ja katsomukset eivät ole yhtä oikeita.

On tärkeä laittaa maailmankatsomukset puntariin ja mitata niiden painoarvo.

Kevään lopulla Suomessa vieraileva Oxfordin yliopiston matematiikan professori John Lennox on sanonut: "Jos kristinusko on totta, yksi osoitus sen totuudellisuudesta on valmius käydä avointa dialogia."

Avoin keskustelu alkakoon. Raamatun totuus kestää sen hyvin.

Liittyvätkö kampanjan teemalehti Dialogos ja forumit toisiinsa?

– *Dialogos*-lehti on hyvä apuväline myös Veritas Forumeissa käytävien keskustelujen aiheisiin. Sitä lukemalla voi käydä paremmin keskustelua kristinuskosta järkevästi ja eettisesti ja kokemuksesta miellekkäänä maailmankatsomuksena. Lehtä sopii siis tilata niin itselle kuin annettavaksi etsijöille. Kaikkia kevään forumeissa on mukana myös *Dialogos*-lehden kirjoittajia.

Lisätietoa: www.veritasforum.fi



Veritas Forum järjestää keskustelutilaisuuksia elämän suurista kysymyksistä.