



Lions Clubs International

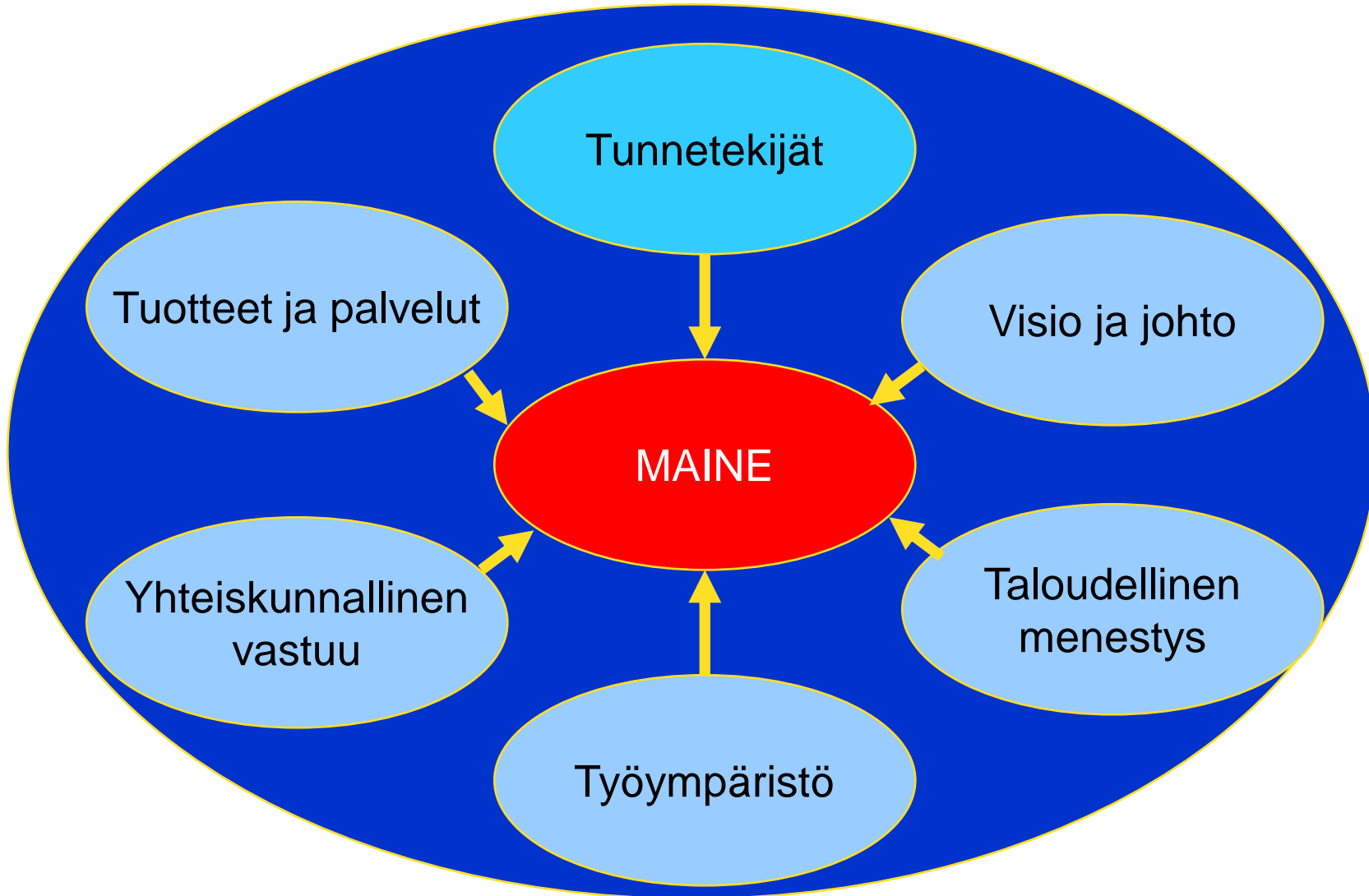
MD 107 Finland

Millainen teksti saa mediassa

kiinnostuksen heräämään?

I-piirin viestintäjohtaja Ulla Karppinen

Maine rakentuu



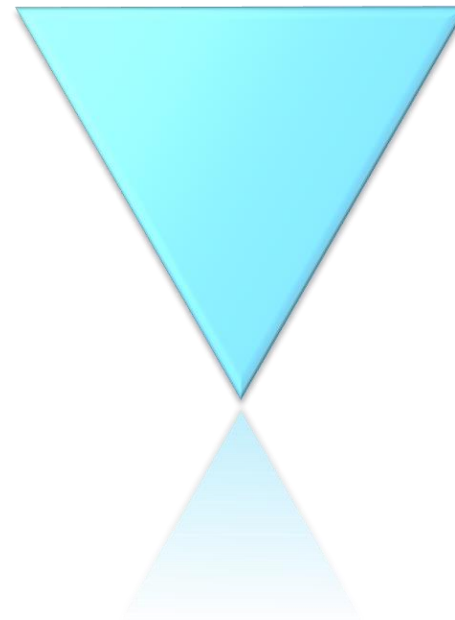


ARJEN NÄKÖKULMA, EPÄVIRALLISEN TIEDON ARVO (Hujanen/Kaleva)

- arjen ja yhteisöjen tietämys, kokemus, tunteet ja mielipiteet arvokkaita; kokemusperäisen tiedon arvo
- yhteisöjen **näkökulma esille arjen tasolta**
- media kannustaa ihmisiä avoimeen julkisuuteen ja keskustelemaan (avoimuus, luottamus, rohkeus, luovuus); **median vastaanottajasta tekijäksi**
- ihmiset ja yhteisöt tuottavat osan sisällöstä, **vertaistieto perinteisen asiantuntijatiedon**
- **hyvät esimerkit esille**

Kuka, mitä, milloin, missä, miten, miksi

- Hyvä tiedote on lyhyt, tiivis, selkeä ja siinä on uutiskriteereiden mukaisia asioita
- Uutisen perinteinen rakenne: mitä, missä, milloin, miten, miksi ja kuka.
- Sama rakenne pätee hyvään tiedotteeseen
- Hyvä mitta tiedotteelle on yksi A4-sivu.
- Pituuden rajoittaminen auttaa tiivistämään asiasta kaikkein olennaisimman. Mitta joustaa tarvittaessa asian mukaan.



Uutiskriteerit

- Jotta tapahtuma ylittäisi uutiskynnyksen, täytyy sen täyttää vähintään yksi seuraavista uutiskriteereistä:
 - **AJANKOHTAISUUS** (Uutisen täytyy olla joko juuri tapahtunut tapahtuma tai muutoin ajankohtainen aihe.)
 - **MERKITTÄVYYS** (Uutisen täytyy olla riittävän merkittävä tapahtuma, kuten Elli Esimerkin 100-vuotissyntymäpäivät ovat riittävän merkittävä uutinen mutta hänen 79-vuotissyntymäpäivät eivät ole.)
 - **LAAJUUS** (Uutisen täytyy koskettaa riittävän monia ihmisiä. Elli Esimerkin työttömäksi jääminen ei täytä laajuuden kriteeriä. Jos tehdas suljetaan ja työntekijät jäävät työttömiksi, laajuuden kriteeri täyttyy.)
 - **POIKKEUKSELLISUUS** (Poikkeuksellisen kriteeriä ei täytä se, että Hanhivaaran kunta tarjoaa oppilaille ilmaisen kouluruoan. Poikkeuksellista (ja laitonta) olisi, jos Hanhivaaran kunta ei tarjoaisi oppilaille ilmaista kouluruokaa.)
 - **PAIKALLISUUS** (Paikallislehdessä julkaistaan paikallisia uutisia, jotka eivät ylittäisi valtakunnallisen lehden kriteerejä, koska ne ovat paikkakuntalaisille ihmisille merkittäviä uutisia.)



Tärkein asia otsikkoon

- Uusin, suurin.
- Erikoisin, harvinaisin, yllättävin.
- Vaikuttavin, koskettavin, merkittävin.
- Läheisin
 - paikallisesti, sosiaalisesti, taloudellisesti



Palikkarakenne

Uutispyramidi rakentuu palikoista.

- Palikat ovat kappaleita.
- Kukin kappale on itsenäinen.
- Älä sido kappaleita toisiinsa viitteillä (edellä, koska, nämä jne.)



Kappaleen rakenne

- Kappale on ajatuksellinen ja visuaalinen kokonaisuus.
- Kappaleiden paikkaa tulee voida vaihtaa ilman, että tekstin mielekkyys kärsii.
- Yhdessä kappaleessa vain yksi asia!



Kirjoita lukijalle

TIIVIS JA TARKKA ILMAISU

- arjen sanat/epämuodollisuus
- vertaa kirje/sähköposti/tekstiviesti

TEHOKKAIMMAT SANALUOKAT:

- piirtävät, nimeävät **nimisanat** (substantiivi)
- tekemisen luonnetta kuvaavat **teonsanat** (verbit)



NÄYTÄ, KUVAA TEKOJA!

- tosielämää voi kuvata parhaiten tekojen kautta
- kiinnostava NÄYTTÄÄ, mitä maailmassa tapahtuu
- teksti rajaa maailmasta yhden näkökulman kerrallaan
- YKSI ASIA kerrallaan rakentuu elementtitekniikkaan ja rajaa esityksen **yksityiskohtiin ja tapausesimerkkeihin**
- havainnollisuus synnyttää mielikuvia lukijalle



Havainnollista

- Matka tutusta tuntemattomaan.
- Esimerkit helpottavat vaikeiden asioiden hahmottamista.
- Katekismus-malli: mitä jutussa kerrottu asia tarkoittaa käytännössä.
- Tee abstraktista asiasta konkreettinen.



Hio esitystapa ja-tyyli

- mitä esitetään sanalla, mitä kuvalla?
- suoraan asiaan, taustat myöhemmin
- läsnäolo: tässä ja nyt, preesens-aikamuoto, tai futuuri
- yksi asia kerrallaan
- täsmällisyys ja tarkkuus, yksiselitteisyys
- ilmiöitä nimeävät substantiivit (nimisanat)
- tekemisen luonnetta kuvaavat verbit (TEOT)
- kuka tekee ja PUHUU: kiinnostavat (henkilö)toimijat ja – hahmot SUHTEESSA johonkin



Miten kirjoitan ?

- vältä pitkiä ja mutkikkaita lauseita.
- käytä mielellään pelkkiä päälauseita.
- käytä mieluummin sivulauseita kuin lauseenvastikkeita.
- käytä tuttuja, lyhyitä, tavallisia sanoja.
- käytä niukasti ammattitermejä. Selitä niiden merkitys.
- älä käytä vierasperäisiä tai sivistyssanoja.
- käytä toiminnallisia verbejä, vältä passiivia, passiivi on tiedotteen rikkaruoho.
- ilmaise itseäsi selkeästi.
- vältä lyhenteitä.



Otsikko kertoo pääasian muutamalla sanalla ja herättää toimittajan kiinnostuksen

Ingressi: Tiedote on yhden A-nelosen mittainen tiivis tietopaketti. Tärkein asia/olennaisimmat faktat esitetään heti ingressissä. Ingressi on myös houkutuslintu; siinä on oltava joku koukku, johon toimittaja tarttuu. Nyrkkisäännön mukaan tiedote deletoidaan, jos kolmella ensimmäisellä rivillä ei ole koukkuja eli uutista.

Tiedotteen tehtävänä on kertoa lyhyesti ja ytimekkäästi muutamia perusasioita sekä herättää tiedotusvälineiden kiinnostus. Usein tiedote on samalla kutsu tapahtumaan tai tilaisuuteen, jossa samasta asiasta kerrotaan enemmän.

Toimituksiin tulvii tiedotteita. Mitä valmiimpaa tekstiä ja mitä lehtijuttumaisempi tiedote on, sitä paremmin ja muuttumattomampana se menee läpi mediassa.

Väliotsikko: Tiedotteen tyyli on toteava

Tiedote on kokoelma tosiasioita. Se vastaa kysymyksiin: mitä, missä, milloin, miksi, miten, kuka.

Tiedotteessa tekstin tavanomainen aikajärjestys rikotaan ja pääasia nostetaan kärkeen. Tiedotetta voidaan kuvata näin ”kärjellään seisovana kolmiona”.

Tiedotteen sävy ja tyyli ovat toteavia ja asiallisia. Kuvailevat adjektiivit, ylisanat ja juristikieli jätetään pois. Samalla voidaan tarjota sitaatteja asiaan oleellisesti liittyviltä henkilöiltä.

Väliotsikko: Taustat helpottavat toimittajan työtä

Leipätekstin loppupuolella kerrotaan taustat. Jos tilaa jää, tiedotteen lopussa voi olla vielä faktaa organisaatiosta tai lisää taustoja. Laajemmat selostukset, asiakirjat tai taulukot jätetään liitteisiin tai tiedotustilaisuuden yhteydessä jaettavaan taustamateriaaliin. Ota yhteys tiedotetta laatiessasi viestintäyksikköön hyvissä ajoin. Viestintäyksikkö avustaa ”koukun” nostamisessa, tiedotteen stilisoinnissa sekä mediajakelussa.

Tiedotustilaisuus puolestaan on mediaviestinnän järeä ase. Viestintäyksikkö auttaa arvioimaan, kannattaako asiasta järjestää tiedotustilaisuutta.

Lisätietoja: Titteli, nimi, puh.nro x2, sähköpostiosoite

Toimitukset haluavat soittaa perään ja kysyä yksityiskohtia. On varmistettava, että tiedotteessa mainittu asiantuntija on paikalla sovittuna aikana.



Miten toimittaja näkee asiat? (Hujanen/Kaleva)

- arjen ja kansalaisten näkökulma; **tarinat elämästä**

JOURNALISMIN DRAMATURGIA (tarinallisuus):

-> yksityisen (tapaus) ja yleisen (monen) jännite

-> kielen konkretia – käsitteet, yleinen merkitys

-> järki – tunne - > tieto – elämys



Tarinan juoni

- Ennen oli huonommin
- Jotakin hyvää tapahtui
- Nyt on jo paremmin



- Mitä tiedotteen lähettämisen jälkeen
- Median yhteisöpalstat
- Kolumnipalsta
- Tiedote ennen vain jälkeen ?
- Kuvia!



**”Yksinkertaiset
tarinat ja tunteet
jyräävät aina
tiedon ja järjen.”**





- Hyvää viestinnän harjoittelua !
- ”Viestintä epäonnistuu, paitsi sattumalta” Osmo A. Wiio

Näin saat viestisi perille

Tiedottajan kymmenen käskyä

Seppo Turunen

18.11.2014

Käsky 1: Mieti, onko Sinulla kerrottavaa

- miksi joku julkaisisi tietosi?
- kenelle viestisi on tarkoitettu?
- onko tämä ainoa keino saada tieto perille?
- mitä Näljängän mummo tai Kartsan Kalle näillä tiedoilla tekevät? Miten se heitä koskettaa?

Käsky 2: Kerro heti

- jos Sinulla on jotakin merkittävää mielessäsi, älä turhaa kainostelee
- viikko sitten tapahtunut on yleensä viikko sitten tapahtunutta

Käsky 3: Päätä, järjestätkö infon vai lähetätkö tiedotteen?

- kumpi on kokonaisuuden kannalta järkevää?
- infossa saat suoran kontaktin toimituksiin
- infossa saat vastata jatkokysymyksiin
- tiedotteen jaat helposti monelle

Käsky 4: Ota ajoissa yhteyttä toimitukseen

- ei näin: Meillä on tässä just alkamassa yks tilaisuus ja tarvittais tänne toimittaja
- vaan näin: Järjestämme ylihuomenna / viikon päästä tiedotustilaisuuden. Pääsettekö paikalle?

Käsky 5: Ole tasapuolinen

- kun kerrot jotakin omasta aloitteestasi, pane kutsu ja tiedot kaikkiin toimituksiin
- kun toimitus on itse liikkeellä, älä levittele tietoja muille

Käsky 6: Valmistele materiaali

- valmis on aina valmista
- faktat tulevat oikein
- saat läpi viestisi likipitään sellaisena kuin haluat

Käsky 7: Ota huomioon muiden aikataulut

- suurin osa toimituksista ja toimittajista aloittaa hommansa aamusta
- iltavuorossa esim. Kainuun Sanomilla kaksi toimittajaa
- toimittaja tarvitsee aikaa paitsi antamiesi tietojen käsittelyyn, myös lisätiedon hankkimiseen

Käsky 8: Älä loukkaannu

- kaikki ei päädy lehtiin
- toimittaja ei ole koskaan liikkeellä omassa asiassaan
- uutispäällikkö ei tarkoita loukata, kun sanoo, että tämä ei nyt meitä kiinnosta
- kyse ei ole henkilökohtaisuuksista

Käsky 9: Toimittaja ei ole tiedottaja

- jutun tekemisen kaava: input, output ja välissä tempot
- toimittaja prosessoi saamansa tiedot
- toimittaja hankkii lisätietoja
- toimittaja on lukijan asialla

Käsky 10: Huolehdi jatkouutisista

- metsä kasvaa, puuta kaatuu, prosessi kulkee, siksipä juttukin elää
- kun aloitat projektin ja kerrot siitä, kerro myös siitä, kun projekti loppuu
- toimitukset etsivät aktiivisesti jatkojuttuja