

Lions Clubs International

Ulla Karppinen, viestintäjohtaja MD
107 – I , LC Oulu-Uleåborg

Kuinka rakennetaan
toimivan
tiedotteen?



Arjen näkökulma, epävirallisen tiedon arvo (Hujanen/Kaleva)

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

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.

Kuka, mitä, milloin, missä, miten, miksi

Hyvä tiedote on lyhyt, tiivis, selkeä ja siinä on uutiskriteereiden mukaisia asioita

Utisen 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.



Tärkein asia otsikkoon

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

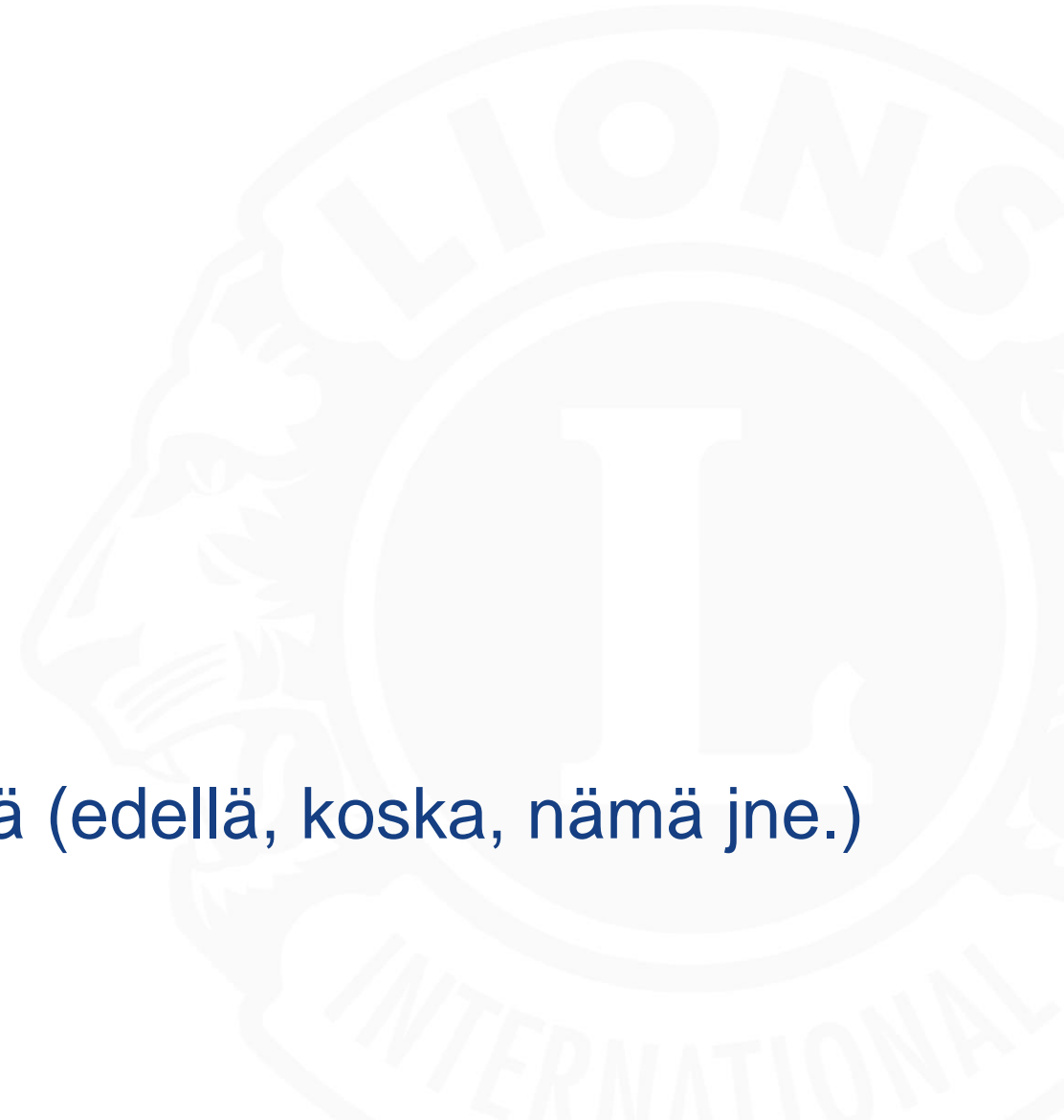
Ingressi

- 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 koukkua eli uutista.
- Vrt. sähköisen median uutissähke

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

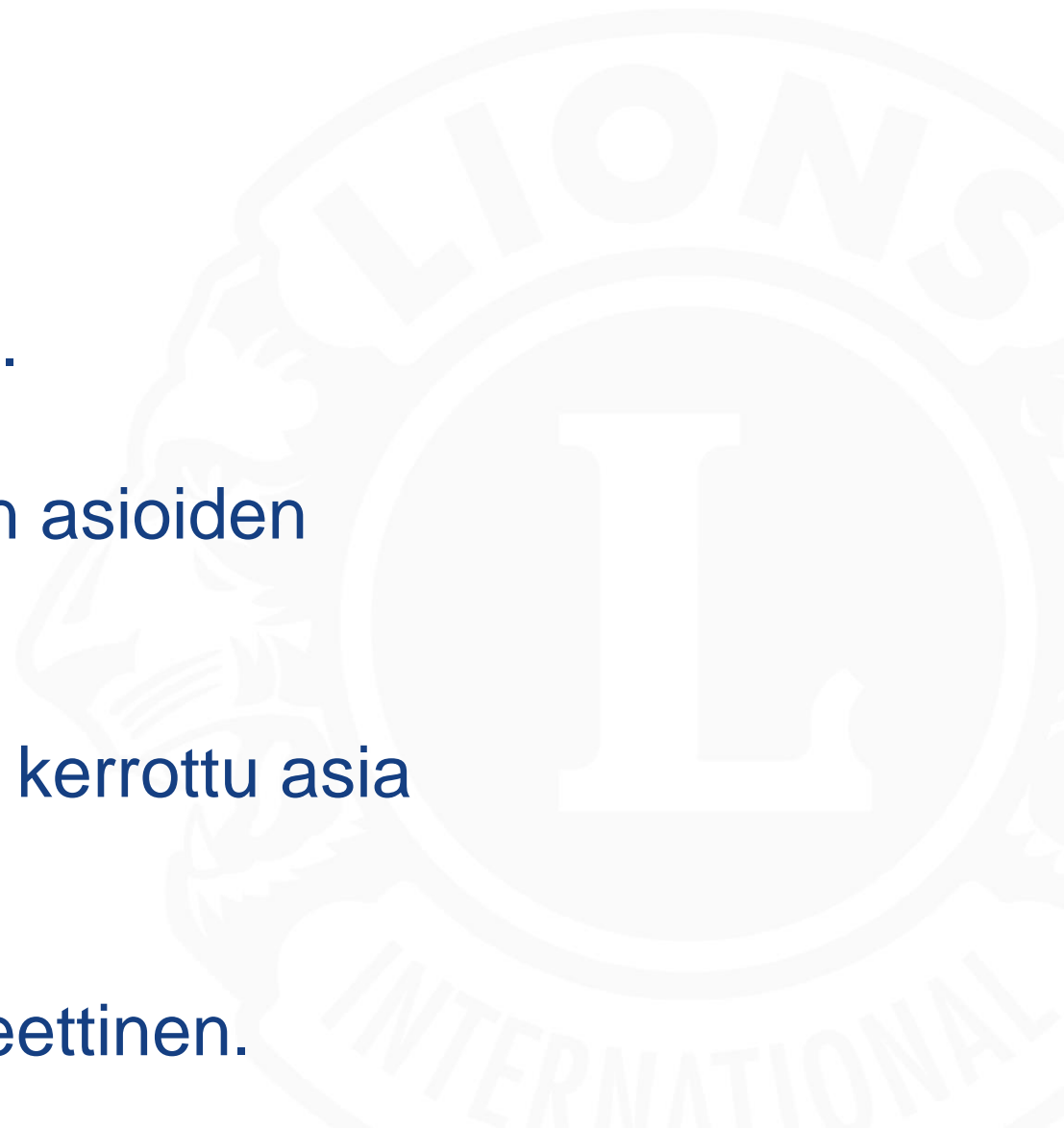
TEHOKKAIMMAT SANALUOKAT:

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



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 ?

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

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

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

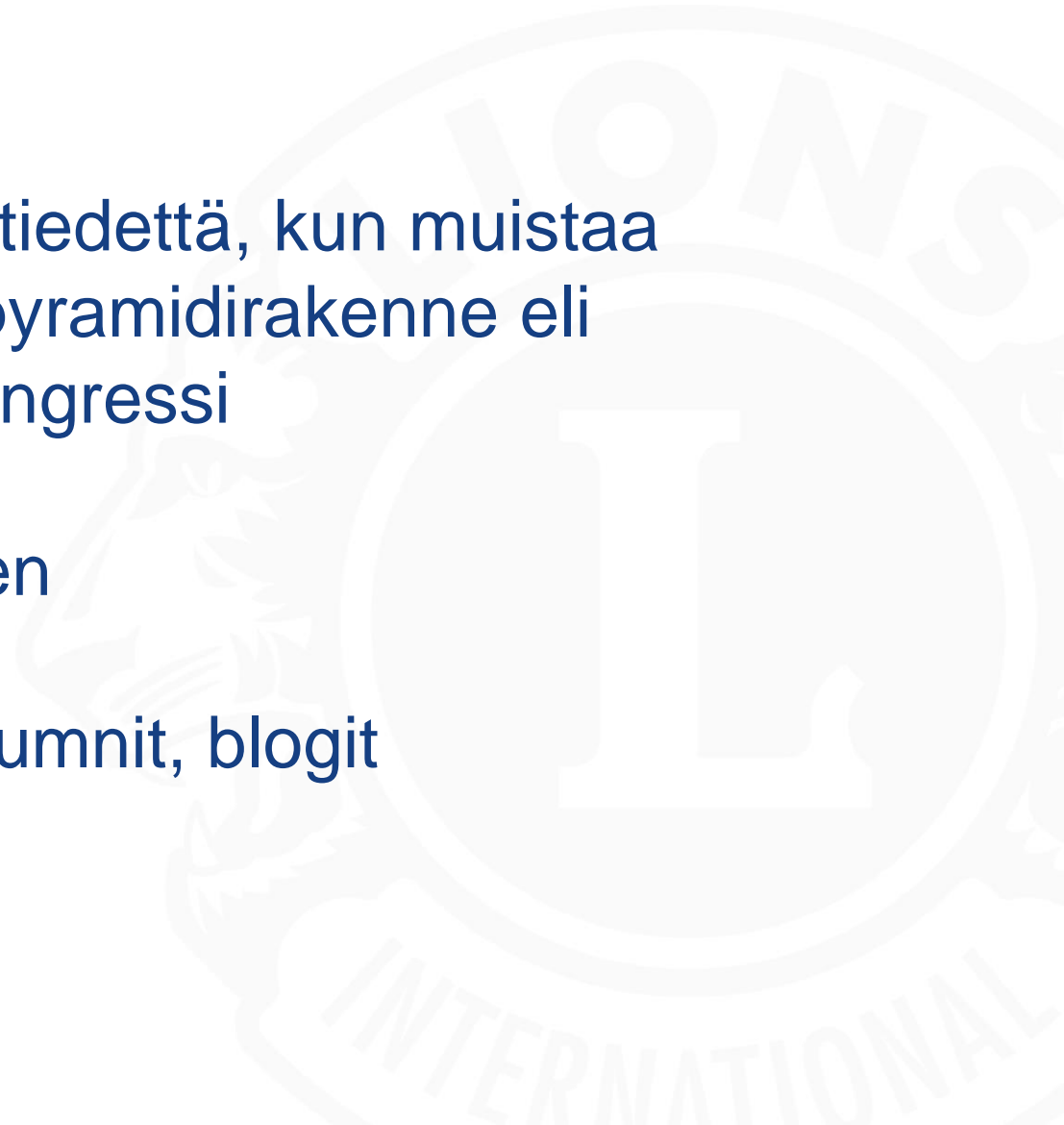
Näin saat viestisi perille (Turunen/KS)

- **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?
- **Kerro heti** • jos Sinulla on jotakin merkittävää mielessäsi, älä turhaa kainostele • viikko sitten tapahtunut on yleensä viikko sitten tapahtunutta
- **Ota ajoissa yhteyttä toimituksiin** • ei näin: Meillä on tässä just alkamassa yks tilaisuus ja tarvittais tänne toimittaja • vaan näin: Järjestämme ylihuomenna / viikon päästä tiedotustilaisuuden. Pääsettekö paikalle?
- **Ole tasapuolinen** • kun kerrot jotakin omasta aloitteestasi, pane kutsu ja tiedot kaikkiin toimituksiin • kun toimitus on itse liikkeellä, älä levittele tietoja muille

-
- **Valmistele materiaali** • valmis on aina valmista • faktat tulevat oikein • saat läpi viestisi likipitään sellaisena kuin haluat
 - **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
 - **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
 - **Toimittaja ei ole tiedottaja** • jutun tekemisen kaava: input, output ja välissä tempu • toimittaja prosessoi saamansa tiedot • toimittaja hankkii lisätietoja • toimittaja on lukijan asialla
 - **Huolehdi jatkouutisista** • metsä kasvaa, puita kaatuu, prosessi kulkee, siksi juttukin elää • kun aloitat projektin ja kerrot siitä, kerro myös siitä, kun projekti loppuu • toimitukset etsivät aktiivisesti jatkojuttuja



- Tiedotteen laatiminen ei ole raketitiedettä, kun muistaa muutamat perusasiat: selkeä kieli, pyramidirakenne eli tärkeimmät ensin, hyvä otsikko ja ingressi
- Mitä tiedotteen lähettämisen jälkeen
- Median muuta palstat: yhteisö, kolumnit, blogit
- Kuvia! Kuvaan vain yksi tarina



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

Thorleif Johansson





Kiitos