

VINKKEJÄ TIEDOTTAMISEEN

AINEISTOA ON AINA LIIKAA: Tiedotusvälineet ovat välittäjiä ja portinvartijoita, joilla on valta käsitellä ja seuloa aineistoa. Toimituksiin tulee paljon materiaalia, et ole ainoa tiedottaja.

UUTINEN ESIIN: Halutuin tiedote on tiedote, jossa on uutinen. Uutiskriteereitä ovat mm.: Aihe on uusi/ aihe on jatkoa aikaisemmalle, kiinnostavalle tapahtumalle/ aihe koskee monia/ aihe tarjoaa hyödyllistä tai tärkeää tietoa/ aihe on viihdyttävä (esimerkiksi erikoinen, julkkikseen liittyvä)/ aihe on tunteisiin vetoava.

TÄRKEIN ENSIN: Tiedotteen on heti imaistava huomio eli teksti rakennetaan siihen järjestykseen, että tärkein ja kiinnostavin on ensin. Varo liian taustoittavia alkuja ja loppuhuipentumia.

EI KIINNOSTA: Toistuvat tapahtumat, sisäpiiriasiat, byrokraatia, ”hankkeet, projektit ja EU-standardit”

MUISTA MEDIAN KOHDERYHMÄ: Media ei ole organisaatotasi varten, vaan se on ensisijaisesti tavallisia ihmisiä varten. Mikä on täkysi, joka vetoaa tavallisiin ihmisiin?

SÄHKÖPOSTI JA NETTISIVUT: Sähköposti on toivotuin tapa lähestyä. Sähköpostitekstiä on helppo muokata ja sinuun on helppo saada yhteys. Mieti, mikä on informatiivinen sana kohtaan ”Aihe”. Lue sähköpostisi! Toimittajat lukevat paljon yritysten verkkosivuja taustojen hankintaan, pidä sivut ajan tasalla, ilmaise yhteystiedot selkeästi, kerro mikä asia kuuluu kenenkin vastuulle, laita verkkosivuille ajo-ohjeet, laita kuvia.

YKSI RUUTU: Tiedotteen on mahdollista yhdelle tietokoneen ruudulle tai paperiarkille. Jaa teksti kappaleisiin, joissa kussakin on asiakokonaisuus. **Tapahtuman aika, paikka ja lähettäjän yhteystiedot puuttuvat yllättävän usein!** Ydinasioiden korostamiseksi voit käyttää kursivointia, lihavoitinta, isoja kirjaimia. Koristeelliset kuvat, animaatiot yms. erikoiselementit viestissä voivat heittää viestisi toimituksessa roskapostiin.

AIKATAULU: Ota huomioon, koska lehti tai vaikkapa tietty teemasivu ilmestyy. Esimerkiksi paikallislehti, joka ilmestyy torstaina, on yleensä valmis aineistoltaan jo tiistaina.

OIKEA TAHO: Ota selvälle, mikä on oikea taho postin lähettämiseen: mikä osasto, kuka, onko henkilö paikalla. Älä lähetä tiedotetta monelle samassa lehdessä. Jos et tiedä, kuka on oikea vastaanottaja, merkitse saajaksi toimitus.

LEHDISTÖTILAISUUS: Tarjontaa ja karsintaa on paljon. Tiedotustilaisuuksiin lähdetään laiskasti. Isot välineet hankkivat mielellään omaa aineistoa kaikille kerrottavan aineiston sijaan.

KUN TAPAHTUU IKÄVÄÄ: Valmistaudu tiedottamiseen, tee musitiinpanot itsellesi, pohtikaa tilannetta yhdessä jonkun muun kanssa. Salaileminen johtaa huhumyllyyn ja tietojen hankkimiseen musita lähteistä.

YHTEISPELI: Kun joku toimittaja on ideoinut aiheen ja ottaa sinuun yhteyttä, älä tiedota samasta asiasta muualle ennen aineiston julkaisemista.

Päivi Lehikoinen, YTM, Liitetuottaja Keskisuomalainen

