

Seuran mediaviestintä

Perusteita ja pelisääntöjä

5.2.2013



Miksi seura viestii?

- Jousiammunta, seura ja sen toiminta eivät näy lehtien palstoilla, jos seurat eivät tiedota
 - Myös SM-kisojen osalta vastuu mediaviestinnästä on järjestävällä seuralla
- Viestintä vaikuttaa seuran – ja koko lajin – uskottavuuteen, kiinnostavuuteen, uusien jäsenten saantiin ja yhteistyökumppaneiden näkyvyyteen
- Seurassa on koko ajan kiinnostavia tapahtumia ja ihmisiä



Kenelle seura viestii mediakentässä?

- Paikallislehdet vain yksi osa
 - Pyri luomaan henkilökohtaiset suhteet toimittajiin, jotta hekin tuntevat sinut
- Muista myös radiot ja SM-kisojen osalta TV ja kansalliset päämediat
 - Lista medioista yhteystietoineen on hyödyllinen
- Tulostiedottamisen lisäksi mahdollisuuksia moneen muuhun
 - Valitse media ja toimitus aiheesi mukaan



Mitä seura viestii?

- Kilpailuihin liittyvä viestintä on seuran perusviestintää median suuntaan
- Muita aiheita kannattaa mieltä aktiivisesti:
 - Esim. liikuntapaikkojen turvaaminen, lasten ja nuorten toiminta, monen polven yhtenen harrastus, vanhemmalla iällä kilpaurheiluun, talkoohenki, jne.



Milloin seura viestii?

- Aina, kun on uutisoitavaa
- Ennen ja jälkeen kilpailujen ja tapahtumien
- Uutiskynnyksen päättää media, hiljaisina uutispäivinä uutiskynnys on matalampi
- Viestintäsuunnitelma helpottaa ennakointia ja estää unohduksia



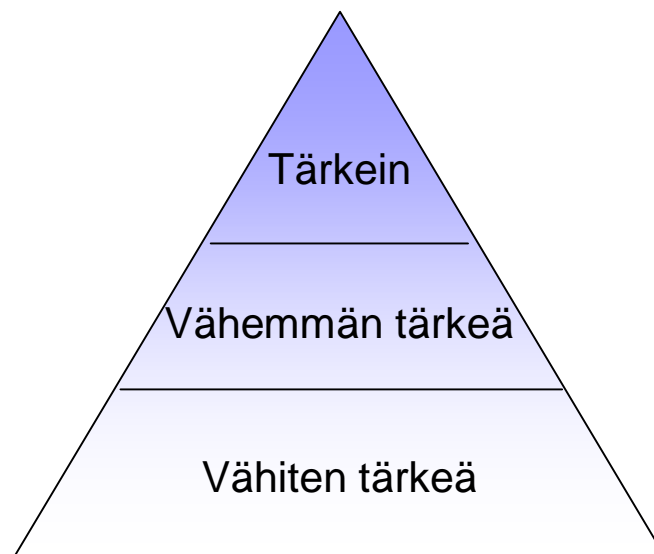
Miten seura viestii?

- Tiedote on seuraviestinnän perustyökalu
- Tiedotteen laatimiseen kannattaa panostaa – hyvin laadittu tiedote voidaan julkaista sellaisenaan, mikä säästää toimituksen työtä
- Tiedote lähetetään yleensä sähköpostilla viestikentässä, välttä liitetiedostoja



Tiedotteen laatiminen

- Hyvä tiedote noudattaa uutisen rakennetta
 - Tärkein asia ensin, vähiten tärkeä viimeiseksi
- Tiedote vastaa kysymyksiin:
 - Mitä, missä, milloin, miten, miksi, kuka ja keneltä lisätietoja
- Pihtiputaan mummokin ymmärtäisi



Tiedotteen laatiminen (2)

- Tiedotteen osia ovat otsikko, ingressi, leipäteksti ja väliotsikot
 - Otsikko kertoo tiedotteen tärkeimmän asian napakasti
 - Ingressi eli ensimmäinen kappale kertoo pääasian sisällöstä ja houkuttelee lukemaan jutun kokonaan
 - Leipäteksti eli loppuosa tiedotteesta selittää ja taustoittaa ja siinä kannattaa hyödyntää myös esimerkiksi seuran puheenjohtajan tai kilpailijan kommentteja
 - Kommentit selvästi lainausmerkeillä erotettuna: ”Kyllä jännitti hurjasti”, ensimmäisissä kisoissaan ampunut n.n. puuskahti.
 - Väliotsikot ovat tarpeen, jos tiedote on pitkä tai jos siinä käsitellään selvästi eri asiakokonaisuuksia



Tiedotteen laatiminen (3)

- Kirjoittamisessa elementtikirjoittamisen tekniikka: tiedote tehdään itsenäisistä elementeistä
 - Elementit ovat loogisessa yhteydessä keskenään, mutta niiden on toimittava itsenäisinä ja erillisinä
 - Tekstissä ei viittauksia edeltävään eikä seuraavaan
 - Helppo silmäiltävyys
 - Juttua on mahdollista lyhentää sisällön siitä kärsimättä



Tiedotteen laatiminen (4)

■ Hyvä tiedote

- sisältää olennaiset ja riittävät tiedot
- ei jaarittele
- on hyvin jäsenneilty
- on kielellisesti hyvä
 - Kannattaa luetuttaa teksti ”vierailta silmillä”
- on tekstiltään selkeää, täsmällistä ja konkreettista



Tiedotteen laatiminen (5)

10 uutiskielen kultaista sääntöä (Antti Penttinen):

1. Käytä lyhyitä sanoja.
2. Kirjoita lyhyitä lauseita, ei monilauseisia virkkeitä.
3. Pidä kappaleet lyhyinä.
4. Vältä pitkiä lainauksia ja siteerauksia.
5. Karta raskaita määrekesauksia.
6. Karta vierasperäisiä ja outoja sanoja.
7. Käytä mahdollisimman vähän adjektiivieja.
8. Käytä mieluummin aktiivia kuin passiivia.
9. Pistä tärkeät asiat ensin: mitä, missä, milloin, miten, miksi.
10. Pyri objektiiviseen, neutraaliin tyyliin.



Tiedotteen laatiminen (6)

- Muista tarkistaa, että tiedotteesta löytyvät
 - päivämäärä ja lähettävä taho
 - lisätietojen antaja ja hänen yhteystietonsa (puhelin ja sähköpostiosoite)
- Lisää tiedote myös seuran nettisivuille



Kuva tiedotteen yhteydessä

- Varsinkin pienet lehdet voivat kelpuuttaa hyvän kuvan lehteen
 - Sinä teet karsinnan: lähetä vain 1-2 parasta kuvaa
 - Kuvakin itsenäinen elementti
- Muista resoluution minimivaatimukset
 - Aikakauslehtiin 300 ppi (pixels per inch)
 - Sanomalehtiin 150 ppi
 - Nettijulkaisut yleensä 72 ppi
- Laadi kuvateksti valmiiksi
 - Kuvateksti selittää sen, mitä kuva ei kerro
 - Nimeä ihmiset, ellei yleiskuva
- Ilmoita aina kuvaajan nimi ja tieto, että kuvaa saa käyttää jutun yhteydessä
- Lähetä kuva erillisenä kuvatiedostona



Tulosluettelon muotoilu

- Älä lähetä tuloksia Excel-tiedostona
- Nopeuta ja helpota toimituksen työtä muokkaamalla tulokset valmiiksi sopivaan muotoon
 - Etunimi ensin
 - älä käytä VERSAALIA
 - Seurojen lyhenteet mielellään muodossa, josta paikkakunta selviää
 - PJA → PorinJA
 - Vältä tabulaattorin käyttöä



Esimerkki STT:n muotoilusta

Esimerkkinä maastohiihtotulokset:

Kausala:

Kansalliset kilpailut (p):

Miehet, 12,5 km: 1) Jarno Tyyskä ToijaIV 39.40,4, 2) Pasi Hartikainen HyvinkH 40.31,1, 3) Valeri Rodokhlebov KuusamE 40.38,5, 4) Hannu Riipinen ToijaIV 41.02,3.

Naiset, 4,5 km: 1) Satu Salonen Vahdon T 14.59,6, 2) Heli Peltonen VihdinV 15.22,7, 3) Mari Vahviala Lappeen R 15.28,3, 4) Riikka Sarasoja KuhmoSki 15.37,2.



Hyödyllistä lukemista

- Urheiluseuran viestintäopas

- Mediaviestinnän lisäksi oma osio sisäiselle viestinnälle ja kriisiviestinnälle

http://www.slu.fi/materiaalit/julkaisut_ja_opaat/

Lähteitä:

Koskela, Soile (toim.) 2011. *Urheiluseuran viestintäopas*. Sporttipaino, Helsinki

Majapuro, Marketta 2006. Talousjournalismin luentosarja, kevätlukukausi 2006. Helsingin kauppakorkeakoulu.

Hirsto, Heidi 2005. Talouselämän viestinnän luentosarja, kevätlukukausi 2005. Helsingin kauppakorkeakoulu.



Ryhmätyö

- Laatikaa ryhmänne kanssa yhdessä tiedote valitsemallenne medialle
 1. Kilpailutiedote kisojen jälkeen
 2. Ennakkotiedote ennen SM-kisoja
 3. Tiedote seuran vuoden jousiampujan valinnasta ja stipendien saajista
 4. Tiedote seuran uudesta, talkootyönä rakennetusta maastoradasta
 5. Jousiammunta sukupolvia yhdistävänä harrastuksena

