

Tiedote on uutisen raaka-ainetta

Organisaation tiedottajat palvelevat toimittajia antamalla näiden käyttöön uutismateriaalia. Palvellakseen lukijoitaan toimittajat tarvitsevat jatkuvasti uusia aiheita yhteiskunnan eri toimijoilta kuten yrityksiltä, yhteisöiltä ja julkishallinnon edustajilta.

Valtiotieteen tohtori Elisa Juholin kutsuu tiedottajan ja toimittajan suhdetta symbioosiksi, rinnakkaiseloksi josta molemmat osapuolet parhaimmillaan voivat hyötyä. Tiedottaja tarvitsee toimittajaa saadakseen julkisuutta yritykselleen ja sen kannalta tärkeille asioille. Toimittaja puolestaan tarvitsee tiedottajaa hankkiessaan ideoita ja mahdollisimman monipuolista materiaalia työnsä raaka-aineeksi.

Toimitus on suodatin

Juholinin mukaan toimittajille lankeaa yrityksen ja yleisön välissä valitsijan tai suodattajan tehtävä. - Mikään tiedotusväline ei pysty julkaisemaan kaikkea toimituksen saamaa materiaalia. Eikä se ole tarkoitukseen. Vastanottamastaan materiaalista toimitus valitsee julkaistavaksi aineiston, josta se arvelee yleisönsä olevan kiinnostunut ja saavan uutta tietoa. Toimittaja tuntee yleisönsä, se kuuluu ammattitaitoon.

Toimittajan suodattajan rooliin kuuluu, että hän voi valita myös julkaistavan aiheen näkökulman ja painotukset.

Lyhyttä ja ytimekästä

Tiedottaja helpottaa sekä toimittajan työtä että oman asiansa pääsyä julkisuuteen laatimalla mahdollisimman selkeitä tiedotteita. Jäsennellystä ja kiteytetystä tekstistä näkee ensisilmäyksellä, mistä siinä on perimmältään kysymys, sanoo Juholin.

Hyvän tiedotteen kriteerit vaihtelevat sen mukaan, kirjoitetaanko sanoma- vai ammattilehdille. Sanomalehti etsii asioista yleistä merkityksellisyyttä ja laajoja vaikutuksia. Ammattilehdelle riittää aiheen tärkeys oman alan piirissä.

Ammattilehdille suunnatussa tiedotteessa voidaan käyttää lukijakunnan hallitsemaa alan terminologiaa. Suuren yleisön medioita lähestyttäessä on ehdottomasti käytettävä yleiskieltä. Miten toimitus voi julkaista uutisen, jota se ei ymmärrä? Ajan hermolla elävien päivälehtien tai sähköisten medioiden toimituksissa ei ole aikaa ryhtyä ottamaan selvää vaikeaselkoisesta lähdeaineistosta, vaikka aihe olisi mielenkiintoinenkin.

Juholin korostaa, että kansainvälisessä tiedotuksessa on oivallettava kansojen ja kulttuurien erilaisuudet. Uutiskriteerit ja näkökulmat voivat olla erilaisia kuin meillä.

Lehdistötiedotteessa ei riitä pelkkä kielen kääntäminen. Teksti on muokattava niin, että se aukeaa oikeassa valossa siinä ympäristössä, jossa se on tarkoitus julkaista.

Yrityksellä on julkisuusprofiili

Julkaisukynnyksen ylittymiseen vaikuttaa myös lähde eli se, mistä yrityksestä tiedote tai muu materiaali on

lähtöisin. Yrityksen painoarvo, luotettavuus ja kiinnostavuus luovat profiilin, joka vaikuttaa siihen, miten paljon yritys näkyy julkisuudessa.

Tämä on sääli siinä mielessä, että yhteiskunnallisesti merkityksellinen asia voi jäädä ilman ansaitsemaansa huomiota siitä kertovan yrityksen tuntemattomuuden vuoksi.

Suhdetoimintaa

Juholin muistuttaa, että julkisuuden hankkiminen on suhdetoimintaa. Henkilökohtaisia suhteita yrityksen kannalta tärkeisiin toimittajiin kannattaa rakentaa ja vaalia.

Jos ei tunne toimittajia tai toimitusten työtapoja, voi tiedottamisessa turvautua ammattilaisten apuun. Silloin on syytä pitää mielessä, että kukaan ei voi etukäteen taata tiedotteen julkaisemista, sanoo Juholin.

Uutiskynnyksen ylittyminen riippuu loppujen lopuksi niin monesta asiasta, alkaen toimittajan mielikuvista yrityksiä kohtaan ja päätyen julkaisupäivän uutistarjontaan. Ammattinsa osaava tiedottajakaan ei voi koskaan vaikuttaa kaikkiin muuttujiin.

Ammattitiedottajalla on kuitenkin käsissään keinoja, joilla julkisuuteen pääsyyn ja näkyvyyteen voi vaikuttaa: henkilökohtaiset kontaktit sekä taito uutisoida ja kirjoittaa eri medioiden toimittajille.