

1. Hankkeen tausta

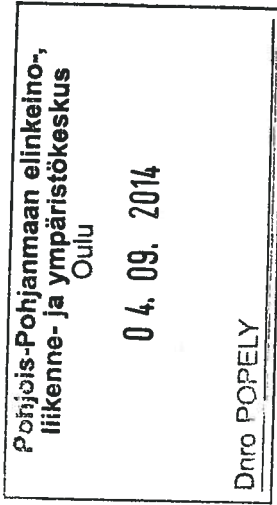
Oulun Eteläisen alueella tehdään merkittävää tutkimus- ja innovaatiotoimintaa (TKI) alueen elinkeinoelämän ja elinvoimaisuuden vahvistamiseksi. Alueella toimii yhteistyöverkosto Oulun Eteläisen korkeakoulukeskus (OEK), johon kuuluvat Centria ammattikorkeakoulu, Oulun Eteläisen instituutti (OEI), Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymä JEDU, Oulun ammattikorkeakoulun terveysalan Oulaisten alueyksikkö sekä Pohjois-Pohjanmaan kesäyliopisto.

Ensimmäisesti OEI:n piirissä havaittiin tehostetun tiedottamisen tarve, koska TKI-toiminnasta näytettiin tietävän alueella varsin vähän. Myös Oulun Eteläisen alueella tutkimus- ja kehittämistehtävissä työskentelevän henkilöstön viestintätaitoja ja median kanssa toimimisen edellytyksiä haluttiin parantaa. Taustalla oli myös ajatus, että tutkimus- ja kehittämistoimijoiden ja tiedotusvälineiden yhteistyömmärrystä tuli lisätä.

Oulun Eteläisen instituutti päätti näin ollen käynnistää keskustelut Keski-Pohjanmaan Kirjapaino Oy:n edustajien kanssa yhteisestä, koko OEK:n toimintaa koskevasta viestintähankkeesta. Oulun Eteläisen instituutti on Oulun yliopiston alueyksikkö, jolla on toimintaa Kala- ja Pyhäjokilaaksoissa sekä Raahessa. Instituutin pääpaikka sijaitsee Nivalassa. Instituutti on melko itsenäisesti toimiva yliopiston osa. Instituutilla ei ole omaa tiedottajaa, mutta sillä on mahdollisuus käyttää Oulun yliopiston viestintäpalveluja.

Hankkeelle haettiin rahoitusta, joka saatiin Keski-Pohjanmaan ja Rieksä Leader -toimintaryhmittä. Hankkeen hallinnoijaksi tuli Kerttu Saalasti säätiö. Kerttu Saalasti säätiö tukee Oulun Eteläisen alueen elinkeinoelämän kilpailukykyä sekä sen yliopistollista tutkimus- ja koulutustoimintaa. Kerttu Saalasti säätiön perustivat Oulun yliopiston johdolla alueen kunnat ja koulutusorganisaatiot.

Keski-Pohjanmaan Kirjapaino Oy on Pohjois-Pohjanmaan eteläosissa ja Keski-Pohjanmaalla toimiva mediakonserni, joka julkaisee yhdeksää sanomalehteä alueellaan. Lisäksi sillä on verkkopalvelu KP24.fi, mainostointimisto Taikahattu ja ohjelmistoyhtiö Kosla Digimedia. Painotoimintaa se harjoittaa Botnia Printin ja Lönnberg Painot -yhtiön kautta.



Tutkijan kammarista kaikelle kansalle

Loppuraportti

Käsitelty ohjausryhmässä 9.4.2014



2. Käytännön hanketyö

Hankkeen hyväksytty toiminta-alka on 1.9.2012-30.4.2014. Syyskuun 2012 ja helmikuun 2013 välisenä aikana Oulun Eteläisen instituutin, Kerttu Saalasti säätiön ja Keski-Pohjanmaan Kirjapainon edustajat valmistelivat ja suunnittelivat hankkeen toimintaa yhteisissä palaverissa. Mm. hankkeessa työskentelevän toimittajan rekrytoinnin kriteerit ja hakuprosessi sovittiin.

Toimittajan hanketyön kestoksi päätettiin noin kahdeksan kuukautta. Toimittaja rekrytoitiin hanketyöhön KP-konsernin sisäisessä haussa, valituksi tuli toimittaja Sari Arffman. Toimittajan työ käynnistyi maaliskuussa 2013, se keskeytyi kesäloma-ajaksi ja jatkui jälleen syyskuussa 2013. Toimittajan työ päättyi tammikuussa 2014. Hän teki hankkeelle noin 14 päivää keskimäärin 21 kuukausittaisesta työpäivästä.

Työ toteutettiin varsin itsenäisesti. Hanketta ohjasivat Oulun Eteläisen instituutin kehittämispäällikkö Eija-Riitta Niinikoski ja Kerttu Saalasti säätiön asiamies Marko Aittola sekä Kalajokilaakso-lehden päätoimittaja Seppo Kangas. Myös instituutin johtaja Eelis Kokko osallistui joihinkin palaverihin. Noin kerran kuukaudessa pidettiin työpalaveri, joissa keskusteltiin tulevien viikkojen suunnittelusta. Projektityöntekijä toteutti suunnitelmat pääosin oman aikataulunsa mukaisesti. Yhteydenpito hoidettiin muuna aikana sähköpostitse ja puhelimitse.

Hankkeen ohjausryhmään kuuluivat Seppo Kangas, Marko Aittola, Oulun Eteläisen instituutin johtaja Eelis Kokko ja Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymän yhtymäjohtaja Heikki Yli-Olli. Tehtävänsä jättäneen Yli-Ollin tilalle nimettiin myöhemmin vs. yhtymäjohtaja Tuula Taskinen. Paikalle kutsuttiin myös Leader-toimijoiden edustajat sekä Centria ammattikorkeakoulun edustaja. Centrian edustaja ei osallistunut kokouksiin.

Ohjausryhmä kokoontui kolme kertaa. Ohjausryhmän kokouksissa esiteltiin siihen astiset toimenpiteet ja keskusteltiin jatkotoimenpiteistä. Lisäksi pidettiin yksi sähköpostikokous sekä valmistelevala palaveri ennen ohjausryhmän varsinaisen työn aloittamista.

3. Hankkeen tavoitteet ja sisältö

Hankesuunnitelman mukaan hanke lisää alueen yritysten ja julkisten toimijoiden tietoisuutta OEK-toimijoiden osaamisesta, palveluista ja TKI-toiminnan tuloksista ja tarjoamista mahdollisuuksista. TKI-toimijoiden viestintäosaaminen lisääntyy.

Hanke lisää nuorten tietoisuutta alueen koulutus- ja TKI-mahdollisuuksista erityisesti modernin median keinoin. Alueelle paluuta harkitsevien nuorten aikuisten ja työikäisten osalta tietoisuutta lisätään TKI-työmahdollisuuksista. Väillisiin kohderyhminä ovat alueen menestymisen ja edunvalvonnan kannalta keskeiset kansalliset ja kansainväliset tahot.

Hankkeen keskeinen sisältö:

- 1) Yleistajuistetun sisällön tuottaminen printti-, verkko- ja sosiaaliseen mediaan OE:n alueen TKI-toiminnasta, jotta eri kohderyhmät pystyvät saamaan ajankukaista ja ymmärrettävää tietoa toiminnasta ja sen tarjoamista mahdollisuuksista.
- 2) Jouhevan ja jatkossa vain vähän lisäresursseja vaativan yhteistyökonseptin luominen OEK-toimijoiden, OE:n alueella toimivan mediayhtiön ja Kerttu Saalasti säätiön kesken ja toimintamallin kuvaaminen.

Tutkijan kammarista kaikelle kansalle on Leader-organisaatioiden rahoittama yleishyödyllinen kehittämishanke. Hankkeessa on haluttu lisätä alueen ihmisten tietämystä siellä tapahtuvasta tutkimus-, kehittämis- ja koulutustoiminnasta sekä tuoda esiin, miten vahvaa TKI-työ Oulun Eteläisessä on. Sillä tavoin myös alueen imago vahvistuu elinvoimaisena seutuna. Näin se vastaa Leader-toiminnan tavoitteisiin.

4. Hankkeen toimenpiteet ja tuotokset

4.1. Juttusarja

Toimittajan hanketyö alkoi tutustumalla Oulun Eteläisen instituutin tutkimusryhmiin. Tutustumiskäynnit tarjosivat samalla mahdollisuuden tehdä toiminnasta artikkeleja. Koska oli todettu, että Oulun Eteläisen alueen TKI-toimintaa tunnetaan huonosti, sen esittely päätettiin aloittaa Keski-Pohjanmaan Kirjapainon julkaisemissa sanomalehdissä *Tutkijan kammarista* -mahdollisimman monia alueen asukalta. Hankkeessa tuotetut sanomalehtiartikkelit on julkaistu juttusarjan avulla. Instituuttiin tutustumisen jälkeen jatkettiin työskentelyä poimimalla myös muusta alueen organisaatioiden TKI-toiminnasta mielenkiintoisia juttuaiheita. Juttusarjaa julkaistiin ensisijaisesti Kalajokilaakso- ja Keskipohjanmaa-lehdissä keskimäärin kerran viikossa. Joitakin juttuja julkaistiin myös Keski-Pohjanmaan Kirjapaino Oy:n muissa lehdissä. Jutut julkaistiin lisäksi KP-konsernin verkkopalvelussa osoitteessa www.kp24.fi/tiede (luettelo julkaistuista jutuista liitteenä 1).

Juttujen tarkoituksena oli lisätä alueen ihmisten tietoisuutta OEK:n TKI-toiminnasta. Leader-toimintaryhmät painottavat, että yleishyödyllisen kehittämishankkeen tulokset hyödyttävät mahdollisimman monia alueen asukalta. Hankkeessa tuotetut sanomalehtiartikkelit on julkaistu Kalajokilaakson keskiarvon numerossa, joka jaetaan ilmaiseksi kaikkiin Oulun Eteläisen alueen kuntiin. Siten sisältöjen lukeminen ei ole edellyttänyt lehden tilaamista. Kuka tahansa internetin pääsevä voi myös lukea artikkelit KP24.fi-verkkosivulta.

4.2. Internet

Wikipedian tuotettiin tietoa luomalla sinne sivut Oulun Eteläisen instituutista, Oulun Eteläisen korkeakoulukeskuksesta ja Kerttu Saalasti -säätiöstä, jotta tietoisuus näistä organisaatioista levisi myös valtakunnallisesti.

Keski-Pohjanmaan Kirjapainon sivulle osoitteeseen www.kp24.fi/tiede koottiin koulutus- ja tutkimusaiheisia uutisia ja lehtiartikkeleja. Hanketyöajalla kirjoitetut Tutkijan kammarin -jutut ovat siellä luettavissa kokonaisuudessaan, muista jutuista on sivuilla lyhennelmät. Tiedesivustosta tehtiin banneri, joka sijoitettiin nuorten tietopalvelu Setnetin ja Oulun Eteläisen alueportaalin sivuille.

Alueen koulutus- ja kehittämisorganisaatioiden läsnäolosta sosiaalisessa mediassa (Twitter, Facebook) tehtiin karttoitus. Samalla pohdittiin, voisiko OEK tai instituutti olla jollain tavalla mukana sosiaalisessa mediassa. Tämän pohdinnan tuloksista kerrotaan myöhemmin kehittämisehdotuksissa.

Hankkeen toimesta osallistuttiin myös Oulun Eteläisen alueportaalin uudistamistyöryhmän toimintaan. Oulun Eteläisen alueportaali www.oulu.net/etelainen.fi on jokilaaksojen alueen seutukuntien sekä koulutus- ja kehittämisorganisaatioiden rahoittama ja julkaisema sivusto. Uudistamisen pohjaksi tehtiin yhdessä projektituttaja Leena Eskolan kanssa käyttäjäkysely sivustoilla vierailleille (kysely ja sen tulokset liitteenä 2). Sivuston uudistustyö on tarkoitus saada valmiiksi kevään 2014 aikana.

Hankkeen toimesta arvioitiin myös alueportaalia julkaisu Vieraana ja väkenä -verkkolehdeä ja sen jatkoa. Verkkolehti päätettiin korvata blogilla ja lisäksi portaalii haettiin lisää kirjoittajia sekä kuvia, joiden kuvia voitaisiin julkaista sivustolla. Tarkoitukseen löydettiin muutama kuvaaja ja kirjoittaja.

4.3. Tiedetiedottamisen työpajat

Alueen kehitys- ja tutkimusorganisaatioiden henkilöstölle suunnatut tiedetiedottamisen työpajat järjestettiin Kalajokilaakson kokouksissa 22.5.2013 klo 9-12 sekä 16.10.2013 klo 9-12. Pidettyjen työpajojen tarkoituksena on ollut selvittää median toimintatapoja, jotta yhteistyö olisi mahdollisimman jouhevaa, sekä kertoa tiedottamisen perusteita.

Ensimmäisessä työpajassa oli 19 osallistujaa. Pajassa käsiteltiin esimerkiksi sitä, millaista on arki toimituksessa ja miten lehtijutun tekeminen käytännössä tapahtuu. Toiseen pajaan osallistui 12 henkeä ja siinä käsiteltiin tiedotteen tekemistä erilaisten harjoitusten kautta. Ensimmäisen tilaisuuden anti koostettiin pieneksi viestintäoppaaksi, joka on pistetty organisaatioissa jakoon (liite 3). Myös toisen tilaisuuden Powerpoint-aineisto on pantu jakoon (liite 4).

4.4 Tiedotteet muille medioille/ näkyvyys muissa medioissa

Hanketyön aikana on tarvittaessa oltu mukana laatimassa tiedotteita, joita on lähetetty laajalla jakelulla medialle. Tiedotteita on tehty yhteistyössä mm. seuraavasta aiheista: Vuoden 2013 Kerttu Saalasti -seminaari, seutu- ja kaupunkiverkosto, sosiaali- ja terveystoimen yhteistyöverkosto Oulun Eteläisen alueella, JYVA-hankkeen käynnistyminen (Oulun Eteläisen instituutti osallistuu hankkeeseen), JEDU:n tuloksellisuus ja Oulun Eteläisen alueportaalin uudistaminen.

Joka tilanteessa on tuotu eslin mahdollisuus ja toive tiedottaa asioista myös laajasti, jotta pelkästään yhteistyöosapuolena oleva mediakonserni ei hyötyisi saaduista tiedoista jutun muodossa. Laajalle tiedottamiselle ei kuitenkaan ole aina nähty tarvetta. Käytäntö on osoittanut, että tiedotteiden läpimenoa eri medioissa ei voi ennustaa eikä siihen voi vaikuttaa. Varmaa tietoa siitä, missä muualla tiedotteet ovat saaneet palstatilaa kuin KP-konsernin lehdissä, ei ole kerätty.

Hankkeen toimesta on tarjottu esimerkiksi MTV3:n toimittajalle, Yleisradion Oulun ja Keski-Pohjanmaan toimituksiin sekä Suomenmaa-lehteen juttuaiheita, mutta yhteydenotot eivät ole ainakaan toistaiseksi tuottaneet tulosta. Koska hankkeessa on mukana ns. kilpailevan median toimittajia, projektienhänklööstöön ei välttämättä suhtauduta tiedottajana neutraalisti. Toisaalta hankkeen olemassaolo on kuitenkin pitänyt muiden medioiden toimitukset valpaina, koska tiivis yhteistyö Oulun Eteläisen instituutin, Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymän, Centrian sekä OAMK:n Oulaisten alueyksikön kanssa on tiedossa.

4.5. OEK-toimijoiden yhteinen liite

Hanketyöryhtyön tuloksena syntyi uusi tuote, liite, jossa esitellään OEK-toimijoiden toimintaa. Liitteen tavoitteena oli kertoa Oulun Eteläisen alueella tehtävästä vahvasta koulutus- ja kehittämisen- ja tutkimustyöstä. Oliva osajona, 16-sivuinen tabloid-liite, julkaistiin Kalajokilaakson välissä 12.2.2014 (liite 5). Lisäksi siitä otettiin lisäpainos osallistujien markkinointikäyttöön. Hankkeen toimesta sen loppuvaiheessa käytettiin osa työajasta liitteen suunnitteluun ja tuottamiseen. Hankkeen varoja ei käytetty liitteen julkaisukustannuksiin.

4.6. Yhteistyöpalaverit ja matkat

Hanketyön taustaksi osallistuttiin aluekehittäjien ja kuntapäätäjien matkalle Euroopan hiukkaskiikan tutkimuskeskus CERN:iin sekä teknologiayliä Sophia Antipolliin helmikuussa 2013. Sieltä kirjoitettiin myös kaksi lehtiuttua, jotka ovat myös lehtiuttuistassa.

Hanketyön alussa käytiin tapaamassa Oulun yliopiston viestintäpalvelujen viestintäpäällikköä Tapio Mäkiä ja kerrottiin hänelle hankkeesta ja sen tavoitteista. Lisäksi sovittiin tarvittaessa jatkossa tehtävästä yhteistyöstä.

5. Tiedottamisen nykytilan arviointi

Suomalaisten yliopistojen kolme tehtävää ovat tutkimus, opetus ja yhteiskunnallinen vuorovaikutus. Niin sanottu kolmas tehtävä eli yhteiskunnallinen vuorovaikutus sisältää myös tiedeviestinnän tehtävän: tieteestä tiedottamisen sekä asiantuntijajoukon sisällä että suurelle yleisölle kansanomaisesti.

Kaikkien ymmärrettävissä oleva tieteestä, tutkimuksesta ja kehittämisoinnasta tiedottaminen on tärkeä osa nyky-yhteiskuntaa. Tiedonjulkistamisen neuvottelukunta TJNK julkisti vuonna 2013 *Tiede kuuluu kaikille!* – Kansallisen tiedeviestinnän toimenpideohjelman (<http://www.tink.fi/sites/tink.fi/files/Tiede%20kuuluu%20kaikille.pdf>). Siinä todetaan, että laajaan asiantuntijajoukkoon ja monipuoliseen vertaisarviointiin perustuvan tutkimustiedon esittämisen on nykyisin erityisen tärkeää, koska mielipiteiden esittäminen tietoverkkojen kautta on helppoa ja nopeaa. Päättökseen tuoksi tarvitaan punnittua ja tiedeyhteisön kritiikin läpäissyttä tietoa. Lisäksi kansalaisilla on oikeus tietää, millaista tutkimustyötä verovarailta tehdään.

Oulun Eteläisen instituutin tiedottamisen ongelmaksi on, että tehtävä ei ole kenenkään erillisen tiedottajan tai viestinnän ammattilaisen vastuulla. Vähäiset henkilöstöresurssit saavat aikaan, että tiedottaminen on tärkeysjärjestyksessä viimeisenä asiana eikä siihen ole aikaa paneutua. Oulun yliopiston viestintäpalveluissa olisi asiantuntemusta tiedottamiseen, mutta koska viestintäpalveluilla on hoidettavanaan koko yliopiston viestintä, on selvää, ettei siltä käytännössä saada juuri apua muuhun kuin lähinnä tiedotteen jakeluun.

Instituutti järjestää varsin harvoin tiedotustilaisuuksia tai lähettää tiedotteita. Voidaan arvioida, että sen tunnettuus on jäänyt hieman heikoksi osittain tästä johtuen. Instituutin tiedottamisen olisi oltava nykyistä koordinoitumpaa, jotta instituutin tekemä työ saisi näkyvyyttä siinä suhteessa kuin olisi aiheellista, ja se voisi myös nykyistä paremmin hoitaa yliopistolle kuuluvaa kolmatta tehtävää.

Myös instituutin henkilöstön tiedottamisvalmiuksissa on suuria vaihteluita. Osa on ollut kovin vähän tekemisissä median kanssa eivätkä he erota kunnolla populaarin ja toiselle asiantuntijalle suunnatun viestinnän eroja. Kaikki eivät ole lähtökohtaisesti kiinnostuneita medianäkyvyydestä. Viestintätoihin olisi syytä kiinnittää jatkossa entistä enemmän huomiota.

Muilla OEk-toimijoilla tilanne vaihtelee. Centria ammattikorkeakoululla on oma viestinnän henkilöstönsä ja Centria on panostanut tiedottamiseen ja markkinointiin, koska heidän intresseissään on saada uusia opiskelijoita. Tiedottaminen on painottunut koulutustarjonnan markkinointiin. Tutkimustoiminnasta tiedottaminen on vähäisempää ja jää hankehenkilöstön vastuulle. Näin ollen hanketiedottamisen laatu ja sen määrä on pitkälti kiinni siitä, onko hankkeessa työskentelevillä omaa kiinnostusta sitä kohtaan.

JEDU:n eri ammattipiirien viestintäaktiivisuudessa on isoja eroja. Jotta tiedottaminen erityisesti koko JEDU:a koskevista asioista olisi koordinoitua, JEDU:lla tulisi suurena koulutuksenjärjestäjänä ehdottomasti olla oma tiedottaja, viestintäpäällikkö tai vastaava, joka johtaisi koko viestintää ja markkinointia.

OAMK:n terveysalan Oulaisten alueyksikkö sekä Pohjois-Pohjanmaan kesäyliopisto ovat myös hyvin vaihtelevasti yhteydessä mediaan. Oulaisten yksiköllä on tarvittaessa käytössään pääkampuksen viestintäpalvelut, mutta niitä on ilmeisesti hyödynnetty vähäisesti.

Yhteenvetona voidaan todeta, että jos yksittäistä tiedottamisesta vastaavaa henkilöä ei ole, tiedottaminen on liian satumanvaraista ja suunnittelematonta. Isoissa organisaatioissa eri opistot tai yksiköt ovat myös silloin helposti eriarvoisessa asemassa.

Hanketyön alkupuolella kutsuttiin myös OEk:n viestinnän parissa työskentelevät henkilöt koolle, ja heille kerrottiin hankkeesta ja keskusteltiin heidän tiedottamistavoistaan. Lisäksi kommentoitiin Centria ammattikorkeakoulun henkilöstölle tarkoitettua tiedotusohjetta ja esitettiin siihen eräitä täsmennyksiä.

Hankkeen projektityöntekijä osallistui tarvittaessa OEk-johtoryhmän ja Oulun Eteläisen instituutin johtoryhmän kokouksiin. Instituutin johtoryhmän kokoukseen hän osallistui kerran ja OEk-johtoryhmän kokouksiin kolme kertaa. Lisäksi hän osallistui OE2020-strategiaseminaariin Ylivieskassa 13.11.2013 ja kansainväliseen tiedetoimittajien maailmankonferenssiin Helsingissä 25.-27.6.2013 (kolme lehtijuttua) sekä taustoitettavaan Tiede kuuluu kaikille! -seminaarini Helsingissä 24.9.2013.

4.7. Nuorten huomioiminen

Yhtenä kohderyhmänä hankkeessa olivat nuoret. Heitä pyrittiin tavoittamaan www.kp24.fi/tiede-internetsivuston kautta. Tiedesivun banneri on muun muassa nuorten tiedotuspiste Settinetin sivuilla sekä Oulun Eteläisen alueportaalin sivuilla.

Tämän lisäksi nuoria tavoitettiin vieraillemalla oppilaitoksissa. Centria ammattikorkeakoulun mediatekniikan opiskelijoille käytiin esittelemässä hanketta sekä kertomassa hieman toimittajan työstä. Lisäksi vierailtiin Ylivieskan, Oulaisten ja Nivalan lukioilla yhdessä mikroyrittäjyyden tutkimusryhmän tutkimusjohtajan Matti Muhoksen kanssa. Näkökulmana oli kertoa, millaisia mahdollisuuksia tutkimustyössä alueella on ja hoksauttaa, että tutkijan työ on yksi uravalitoehto. Hankkeen toimesta esiteltiin alueen tutkimustoimintaa ja Matti Muhos kertoi, miten hän on päättänyt tutkijan työhön ja millaista hänen arkiytensä on (esitysmateriaali liitteenä 6).

Tavoitteena oli lisäksi, että yhteistyössä Centria-ammattikorkeakoulun mediatekniikan opiskelijoiden ja Jokilaaksojen koulutuskuntavähemmän media-assistenttiopiskelijoiden kanssa olisi tuotettu internetin nuoria kiinnostavaa videomateriaalia tutkimustoiminnasta. Hankkeen loppuvaiheessa toteutunut yhteydenotto osoittautui liian myöhäiseksi ajankohdaksi, koska opintojen yhteyteen ei saatu enää luontevaa yhteistyökuviota.

Hankkeen aikana tehtiin kuitenkin luonnosteluja jatkotoimenpiteistä erityisesti lasten ja nuorten tavoittamiseksi. Tästä lisää kohdassa 6.

Sosiaalinen media

Sosiaalisen median merkitys on korostunut viimeisten vuosien aikana valtavasti. Etenkin nuorille siitä on tullut olennainen osa arkea. Läsnäolo sosiaalisessa mediassa edellyttää kuitenkin, että sille on tarkoin mietitty tarkoitus ja tavoite, ja siihen on olemassa myös voimavarat. Esimerkiksi Twitter-tai Facebook-profiilia ei kannata perustaa vain siksi, että sellainen kuuluu olla, vaan niitä on myös päivitettävä aktiivisesti. On erittäin huonoa mainosta organisaatiolle, jos sillä on some-maailmassa sivu tai profiili, jota ei käytetä juuri lainkaan.

OEK-toimijoiden intressit tiedottaa omasta toiminnastaan sekä kohderyhmät ovat erilaiset. Tästä syystä ei olisi hyötyä siitä, että verkosto olisi yhtenäisenä läsnä esimerkiksi Facebookissa. Kaikkein tärkeintä some-näkyvyys on niille, jotka markkinoivat omia koulutuksiaan nuorille ja nuorille aikuisille, kuten Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymällä ja Centria ammattikorkeakoululla. Myös Pohjois-Pohjanmaan kesäyliopisto voi käyttää sosiaalista mediaa markkinointiin. Kaikki nämä tahot ovatkin aktiivisia Facebookissa ja Centria myös Twitterissä.

Kun ajatellaan esimerkiksi Oulun Eteläisen Instituuttia, tarve Facebook-sivulle on vähäisempi. Instituutti ei tarjoa tällä hetkellä koulutusta, jota sen olisi tarpeen markkinoida. Lisäksi vähäiset resurssit rajoittavat mahdollisuuksia sivuston jokapäiväiseen päivittämiseen.

Twitter voisi kuitenkin olla varteensotettava väline instituutille. Sitä voitaisiin käyttää kahdella tapaa. Instituutin johtohenkilöt voisivat harjoittaa siellä imagoviestintää, esimerkiksi kommentoida alankohtaisia tiede- ja koulutusmaailman uutisia. Lisäksi sitä voisi käyttää viestintäkanavana median suuntaan. Nykyisin toimittajat seuraavat erittäin aktiivisesti Twitteriä ja käyttävät sitä palkkana, josta on hyvä saada vinkkejä ja ideoita uutisista. Jos Twitteriin panisi linkin sivulle, jossa kerrotaan esimerkiksi LAGUNA-tutkimuskeshankkeen viimeisimmistä käänneistä, joku toimittaja taatusti tarttuisi siihen.

Instituutissa kannattaisi pohtia Twitterin hyödyntämistä. Tutkimushankkeen projektipäälliköt tai tutkimusryhmän johtajat voisivat perustaa sinne oman sivunsa, jota päivittäisivät sopivin väliajoin.

6. Ehdotukset jatkotoimenpiteiksi ja yhteistyökonseptiksi

Kun puhutaan Oulun Eteläisen instituutin tiedottamisesta, vaihtoehtoja viestinnän tehostamiseksi on muutamia. Instituutti voisi harkita viestintäpalvelujen ostamista tarpeen tullen joltakin viestintäalan yritykseltä, kuten esimerkiksi Ylivieskan seutukunta tekee. Toimiva yhteistyösuhde vaatisi kuitenkin, että henkilö tutustuisi ensin instituutin ja koko OEK:n toimintaan, jotta yhteistyö sujuisi jouhevasti ja nopeasti tarvittaessa.

Toinen vaihtoehto on sisällyttää johonkin hankkeeseen viestinnän osuus, jolloin hankkeessa työskentelevälle henkilölle annettaisiin työaikaa käytettäväksi instituutin yleiseen viestintään. Jos kyseessä on yhteishanke, johon osallistuvat myös jotkut muut OEK-toimijat, jokainen tiedottamisesta hyötyvä voisi antaa oman rahallisen panoksensa siihen.

Viestintää voitaisiin kuitenkin edistää ja tehostaa myös muilla keinolla. Tutkijan kammarista kaikelle kansalle -hankkeessa toteutettuja toimenpiteitä voitaisiin jatkaa ja jaloistaa pysyväksi yhteistyökonseptiksi. Tärkeintä tässä on säännöllinen yhteydenpito ja kanavien auki pitäminen.

1. Toimittaja linkkinä

KP-konsernissa olisi syytä vastuuttaa erityisesti OEK:n tutkimus-, kehitys- ja koulutustoiminnan uutisointi ja seuraaminen jollekin tietylle toimittajalle. Tehtävä voisi olla myös kiertävä. Selkeät vastuut helpottavat yhteydenpitoa ja luottamuksen ja ymmärryksen rakentumista molemmiin puoliin. Tarkoituksenani on jakaa kaikki hankkeessa kertynyt tieto eteenpäin myös muiden toimittajien hyödyksi.

2. Säännölliset mediatapaamiset

Oulun Eteläisen korkeakoulukeskus voisi ottaa käyttöön esimerkiksi kerran vuodessa pidettävän teemoitettujen mediatapaamisen, johon kutsuttaisiin lähtökohtaisesti kaikki alueen mediat keskustelemaan valitusta aihepiiristä. Esimerkkinä voisi olla vaikka jonkun tutkimusryhmän toimintaan tutustuminen vuorotellen. Nykyisin tiedotusvälineiden edustajia on hieman hankala saada liikkeelle tämän tyyppisiin tilaisuuksiin, mutta ainakin Keski-Pohjanmaan Kirjapaino Oy:n edustajan kanssa tällainen toiminta varmasti järjestyisi nyt aloitetun hyvän yhteistyön jatkoksi.

3. Säännöllinen yhteisliite ja muut julkaisut

Hankkeen aikana ideoitin ensimmäinen OEK-toimijoiden yhteinen liite, jossa esittelään yhteistyöverkostoa ja sen hetkistä toimintaa. Vastaava liite voitaisiin julkaista myöhemmin uudelleen, esimerkiksi joka toinen vuosi.

4. Alueportaalin sekä OEK:n näkyvyyden ja tiedottamisen arviointi

KP-konserni voisi olla mukana eräänlaisena konsultijana ja arvioida hankkeen aikana aloitettua Oulun Eteläisen alueportaalin (www.oulunetelainen.fi) kehitystyötä kutsuttaessa, esimerkiksi kerran vuodessa. KP-konsernin edustaja voisi myös vieraila esimerkiksi kerran vuodessa OEK:n johtoryhmässä ja kertoa näkemyksiään OEK-toimijoiden medianäkyvyydestä, tiedottamisesta ja yhteistyön sujuvuudesta sekä antaa vinkkiä jatkoon.

5. Tiedottamisen työpajojen jatkaminen

Tiedottamisen työpajoja on syytä toteuttaa myöhemmin uudestaan, koska perusmateriaali niitä varten on olemassa. Työpajoja voisi kiertää alueella eri toimijoiden yksiköissä, jotta jokaisella olisi helppo osallistua. Viestinnän merkitys korostuu jatkuvasti. Viestintätoimien parantamisessa ja median toimintatapojen tunnetuksi tekemisessä on alueella vielä työskarkaa.

7. Tulosten arviointia

7.1. Arviointi tavoitteiden toteutumisesta

Hankesuunnitelman mukaan hankkeen keskeinen sisältö oli:

- 1 Yleistajutetun sisällön tuottaminen printti-, verkko- ja sosiaaliseen mediaan OE:n alueen TKI-toiminnasta, jotta eri kohderyhmät pystyvät saamaan ajanmukaista ja ymmärrettävää tietoa toiminnasta ja sen tarjoamista mahdollisuuksista.
- 2 Jouhevan ja jatkossa vain vähän lisäresursseja vaativan yhteistyökonseptin luominen OE-toimijoiden, OE:n alueella toimivan mediayhtiön ja Kerttu Saalasti säätiön kesken ja toimintamallin kuvaaminen.

Ensimmäisen kohdan suhteen voidaan todeta, että yleistajutettua sisältöä tuotettiin suuri määrä alueelliseen printtimediaan. Sen sijaan laajempi, valtakunnallinen näkyvyys printtimediassa jäi tämän hankkeen aikana saavuttamatta. Tämän hankkeen resurssien puitteissa oli kuitenkin järkevää rajata toimenpiteet siten, että ensin pyritään lisäämään toiminta-alueen tietoisuutta työstä. Jos haluttaisiin laajempaa näkyvyyttä, se vaatisi oman työrupeamansa ja enemmän tarkasti mietittyä markkinointityötä.

Verkkomedian kautta saatava näkyvyys on luonnollisesti heti kansallista ja kansainvälistäkin. Sitä saatiin Wikipedian luotujen artikkelien kautta sekä KP24.fi-tiedesivuston kautta. Sosiaalisessa mediassa ei nähty tarpeelliseksi OE-toimijoille yhtenäistä sivua. Jos toiminta olisi suuntautunut vähemmän printtimediaan, olisi toki voitu harkita esimerkiksi Tutkijan kammarista –Facebook-sivun perustamista ja suurempiakin panostuksia some-puolelle niin, että hankehenkilöstö olisi itse ollut siinä tekijänä ja hallinnoijana.

Toisessa kohdassa mainittua yhteistyökonseptia on kuvattu edellisessä osiossa. Yhteistyökonsepti on mietitty hankkeen keston nähtävällä tarkkuudella.

7.2. Ulkopuoliset arviot

OEK-johtoryhmän jäsenille lähetettiin palautekysely, jossa kysyttiin seuraavia asioita:

1. *Tutkijan kammarista kaikelle kansalle -hankkeen tarkoituksena oli: yleistajutetun sisällön tuottaminen printti-, verkko- ja sosiaaliseen mediaan OE:n alueen TKI-toiminnasta, jotta eri kohderyhmät pystyvät saamaan ajanmukaista ja ymmärrettävää tietoa TKI-toiminnasta ja sen tarjoamista mahdollisuuksista. Miten arvioisit yleisesti hankkeen onnistumista? Valitsohdot: Erinomaisesti, Hyvin, Melko hyvin, Melko huonosti, Huonosti.*

2. *Mitkä asiat olivat mielestäsi hankkeessa onnistuneita?*

3. *Entä mitkä asiat olisivat kaivanneet parempaa huomiointia?*

4. *Toivoisitko hankkeelle jatkoa? Miksi kyllä/ei? Vapaa sana.*

Kyselyyn saatiin neljä vastausta. Vaikka vastausmäärä jäi vähäiseksi, jotain osoittaa tulokset voivat antaa yhdistettynä siihen positiiviseen suuliiseen palautteeseen, jota on matkan varrella tullut. Neljästä vastaajasta kolme arvioi hankkeen onnistuneen erinomaisesti, yksi hyvin. Lehtiuttujen katsottiin olleen kattavia ja kansanomaisia ja niistä oli tullut ko. organisaatiolle hyvää palautetta.

Yksi vastaaja ei nähnyt tarvetta hankkeen jatkolle, muut katsoivat, että jollain lailla hanketta voisi jatkaa. Toiveena oli, että jatkossa voitaisiin keskittyä esimerkiksi henkilöstön viestintätaitojen

parantamiseen, tuoda kehittämisspalveluja paremmin kansan tietoisuuteen ja markkinoida alueen organisaatioita myös lopputyön tekopaikkana tai harjoittelupaikkana.

Erlaissa palaverissa ja muissa tapaamisissa saatiin myönteistä palautetta siitä, että lehtiuttajia on avannut uudella alueella tehtävää TKI-toimintaa ja sen laajuutta. Myös pidetyt tiedediotamisen työpajat ovat saaneet myönteisen vastaanoton. Lukijat ovat olleet kiinnostuneita uudenaista sisällöstä lehtikonsernin lehdissä. Jutut ovat olleet luettuja.

7.3. Ohjausryhmän arvio hankkeesta

Ohjausryhmä kävi kokouksessaan 9.4.2014 arviointikeskustelun hankkeen toteuttamisesta ja sen onnistumisesta. Ohjausryhmä totesi hankkeen sisällön ja ajoituksen olleen erinomainen. Tieteen popularisointi on tulossa koko ajan vahvemmin esille, hankke on ollut asiassa eturintamassa. Toteutuksen myötä maaseutualueella olevaa osaamista on tehty näkyväksi. TKI-toiminnasta ja koulutuksesta on saatu yleistä näkyvyyttä alueen väestölle ja laajemminkin. Hankkeen kokoon ja resurssien nähtävyyttä pidettiin erinomaisena suorituksena ja hyvin onnistuneena. Hankkeen myötä alueen toimijoiden keskinäinen yhteistyö lisääntyi. Ohjausryhmä piti tärkeänä, että hankkeessa on esitetty selkeät jatkotoimenpiteet, jotka se osataan hyväksyä luodon toimintamallin edelleen kehittämiseksi.

7.4. Yhteenveto

Tutkijan kammarista kaikelle kansalle -hankke on harvinaislaatuinen yhteistyöhankke mediatalon ja yliopistotoimijan välillä. Hankkeessa on tiedostamatta vastattu ehdotukseen, jonka Tiedonjulkistamisen neuvottelukunnan tiedeviestinnän toimenpideohjelmassa otetaan esiin: se suosittellee mediataloja ja tutkimuslaitoksia rakentamaan pitkäkestoisia kumppanuussuhteita. Hankkeelle oli siis tilausta.

Arvion mukaan hankke saavutti hyvin sille asetetut tavoitteet, etenkin kun huomioidaan, että varsinainen hankkeen työaika oli kahdeksan kuukautta eikä hankkeessa työskennelty kokopäiväisesti. Jossakin muodossa viestintätyötä olisi myös hyvä jatkaa. Vaihtoehtoisia painopisteitä olisi monia.

Yksi niistä olisi jatkaa erityisesti lasten ja nuorten kiinnostuksen herättämistä erilaisin keinoin. Hankkeen aikana valmisteltiin apurahahakemus Suomen Kulttuurirahastolle Tiede rattaille -road show'ta, jossa ideana on jalkauttaa tutkimusryhmien tekemä työ niille paikkakunnille, jossa ne näkyvät kaikkein vähiten. Tutkimusryhmien työstä kootaisiin näyttely ja vietäisiin se kansan keskele, esimerkiksi kirjaston tiloihin. Samassa yhteydessä toteutettaisiin toiminnallinen koulukierros. Apurahahakemus tehtiin vain kolmen kuukauden mittaista hanketta varten, mutta aihepiiristä voisi kehittää isompaa kokonaisuutta. Silloin siihen voisi yhdistää verkkosivustoa tutkimuksesta kertovien YouTube-videoiden kera ja hyödyntää sosiaalista mediaa muutenkin.

Liite 1: Juttulista Tutkijan kammarista kaikelle kansalle -hankkeen aikana julkaistuista lehtiutuista (suurin osa Kalajokilaakossa sekä Keskipohjanmaassa, osa vain toisessa lehdessä)

1. Juttukokonaisuus hiukkasfysiikan tutkimuksesta ja Lagunasta Cernin matkalta 26.1.2013
2. Tokullista tietoa tutkimuksesta 13.3.2013
3. Ohjelmistoja suunnitellaan ihmisiä varten 27.3.2013
4. Mökkien kätköissä tehdään ainutlaatuista tutkimusta 3.4.2013
5. Lasertekniikkaa yritysten avuksi 10.4.2013
6. Puulaboratorio on valmiina auttamaan yrityksiä 17.4.2013
7. Tietoteknologia auttaa tuulivoimayhtiötä 24.4.2013
8. Verkko huomataan vasta kun se ei toimi 3.5.2013
9. Liikennetietoa kuljettajan avuksi 8.5.2013
10. Lagunan puolustaja välttää tiedejargonia 15.5.2013
11. Arvioinnista kehitysideoita tutkimukseen 18.5.2013
12. Valoisa vanhuus kuvissa 22.5.2013
13. Robottiikalegöt innostavat 29.5.2013.
14. Viha leiskuu ruokakeskustelussa 26.6.2013
15. Asiantuntijoiden kirjo yhä moninaisempi 28.6.2013
16. Ilmastonmuutos vaatii toimia 28.6.2013
17. Veera Marjamaa ponnisti Nivalasta Viron teatteriakatemiaan 11.9.2013
18. Tutkimushankkeet polkivat hyötyjä yrityksille 18.9.2013
19. Kirjasto on kulanarvoinen 25.9.2013
20. EU-hanke ei ole tutkijalle kirosana 2.10.2013
21. Suomi saisi imagohyötyä Lagunasta 2.10.2013
22. Määräaikaisuus kuuluu työnkuvaan 9.10.2013
23. Sähköauto toimii myös pakkasessa 9.10.2013
24. Uusi tieteenala syventää yhteistyötä 16.10.2013
25. Tiimi tukee nuoria työelämään 23.10.2013
26. Koreasta Käräsmäelle 31.10.2013
27. Mini-Emma matkaa Ouluun 7.11.13
28. Kansainvälinen voi olla missä vain 20.11.13
29. Sumukammio kiinnosti Tietomaassa 25.11.13
30. Paikkatietotutkimus kertoo ihanteellisen sijainnin palveluille 27.11.13
31. Ainutlaatuinen testitila rakentuu Nivalassa 4.12.13
32. Jokilaaksojen hyvinvointiverkosto haluaa asiantuntijoiden äänen kuuluviin 11.12.13
33. Maisterin paperit etänä 19.12.13
34. Halu tehdä töitä itselle ajaa yrittäjäksi 21.12.13
35. Sosiaalinen luonne on tutkijalle eduksi 22.1.14



Oulun Eteläisen alueportaalin kehittäminen

Sari Arffman

16.10.2013

Tutkijan kammarista kaikelle kansalle
-hanke

Tarvitaanko alueportaalia?

- Alueportaalissa on keskimäärin 17 000 eri kävijää joka kuukausi ja yhteensä käyntejä n. 50 000 kpl.
- Hyvin monella sivu on kotisivuna, joten siksi sillä on paljon liikennettä.
- Kannattaisiko sivustoa kehittää, jotta ihmiset viipyisivät siellä?

Käyttäjäkysely

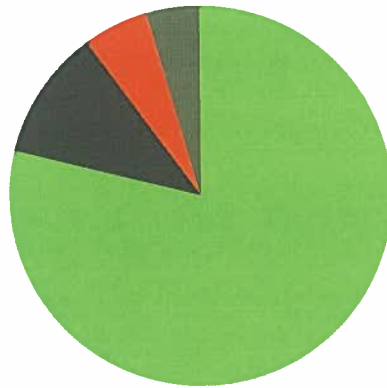
- Toteutettiin ajalla 17.6.-16.8.2013
- Vastaaajia 91 kappaletta
- Kuuden kysymyksen avulla kartoitettiin, miten ihmiset käyttävät sivustoa

Vastaaajien taustatiedot

- Käyttäjäkyselyyn vastanneet olivat iältään keskimäärin 53-vuotiaita.
- Vastaaajien joukossa ei ollut nuoria, sillä kaikki olivat yli 26-vuotiaita.
- Vastaaajat olivat työssä toisen palveluksessa tai eläkeläisiä.

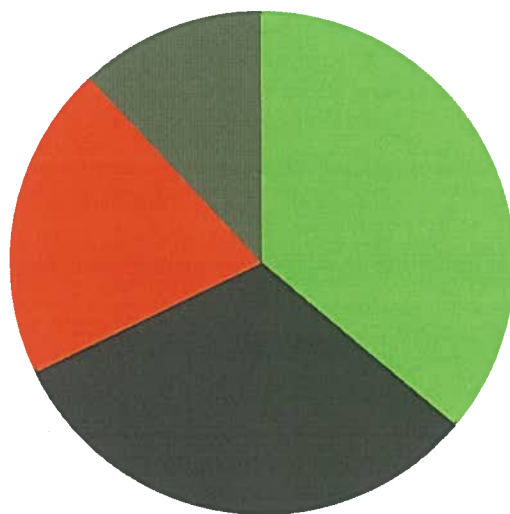
Käyttäjäkyselyn tuloksia

Miten tulit sivulle?



- 1. Sivun on minulla kotisivuna (n. 71 %)
- 2. Kirjoitin osoiteriville www.oulunetelainen.fi (n. 10 %)
- 3. Hakusanalla (n. 5 %)
- 4. Kirjanmerkin kautta (n. 4 %)

Miksi tulit sivustolle?



- 1. Sivun on minulla kotisivuna (lähes 65 %)
- 2. Tulen lukemaan ajankohtaisia uutisia alueelta (56 %)
- 3. Tulen lukemaan sähköpostejani (n. 36 %)
- 4. Haluan tietoa Oulun Eteläisen alueen tapahtumista (n. 23 %)

Muita tulosityitä (n. 9 %)

- Katson avoimia työpaikkoja alueelta
- Käytän pankkilinkkejä
- Tulen katsomaan säätä

Mikä on tarpeellisinta sisältöä sivustolla? (asteikko 1-5)

- Ajankohtaiset uutiset (4,34)
- Tapahtumakalenteri (4,01)
- Avoimet työpaikat (3,66)
- Sähköpostilinkki (3,53)
- Oulun Eteläisen koulutusmahdollisuudet sekä tiedot yrityspalveluista (3,3)
- Tilastotiedot alueesta (3,2)

Miten kehittäisit sivua?

- Nykyistä nopeammin päivittyvää ja ajankohtaista sisältöä, uutistarjontaa
- Paremmiin linkkeihin alueen palveluihin
- Osto- ja myyntipalsta
- Ulkoasua tulisi uudistaa
- Laajempi tapahtumakalenteri
- Raahen asiat haluttaisiin mukaan

Yhteenveto

- Sivusto kokoaa tärkeää tietoa alueen kunnista ja niiden palveluista, mutta se luo myös imagoa Oulun Eteläisen alueelle.
- Kun käyttäjiä on, sivustoon kannattaisi panostaa.
- Kehittäminen vaatii nykyaikaisemman alustan.

Vireille pantuja kehittämiskohteita

- Sivun yläreunassa olevien valokuvien vaihtaminen. Kysytään kuvia harrastajakuvaajilta/kouluilta. Muutama kuva jo saatu, vielä ei ole vaihdettu.
- Vieraana ja väkenä –verkkolehden korvanneen asiantuntijablogin lisäksi kansalaisen blogi. Tätäkin kysytty harrastajakirjoittajapiireistä.
- Uusia linkkejä: kuntalaisaloite.fi, Aputori, Aloitekanava, Opintori, Turvakanava.

Ajatuksia jatkoon

- Kuntien palvelulinkit paremmin näkyville (esim. linkit sote-palveluihin)
- Uutena harrastusmahdollisuuksien esittely ja kirjastolinkki?
- Sivuston rakenne muutenkin uusiksi
- Olisiko mahdollista koota seutukuntien sivut ja alueportaali samaan pakettiin?

Sisällys

1. Juttuaiheiden syntyminen ja valinta.....	3
2. Toimittajan työhön vaikuttavia asioita.....	3
3. Juttuaiheen tarjoaminen	3
4. Hyvä tiedote ja tiedotustilaisuus	4
5. Millä tavalla voin edesauttaa juttuaiheen/tiedotteen läpimenoa?	4
6. Apua, toimittaja soittaa.....	4
7. Haastattelutilanne	5
8. Jutun tarkistamisen pelisäännöt	5
9. Tiedeviestinnän erityispiirteet.....	6

Pieni opas mediayhteistyöhön

Sari Arffman
Tutkijan kammarista kaikelle kansalle -hanke
22.5.2013



European mass media
development
European investment mass media
European investment mass media

KESKIPISTE

PIEKKO
LEADER

- Järjestä aiheesta tiedotustilaisuus. Sitä ei kuitenkaan kannata järjestää joka asiasta, vaan asialla pitää olla uutisarvoa.

1. Juttuaiheiden syntyminen ja valinta

Juttuaiheet syntyvät monella tavalla:

- Oma Ideointi
- Tiedotustilaisuudet, tapahtumat
- Kunnallinen/organisaatioiden päätöksenteko (esityslistojen perusteella tiedustellaan päätöksiä tai kunnat/organisaatiot tiedottavat itse)
- Yleisön juttuvinkit toimitukselle
- Valtakunnallisten ajankohtaisten aiheiden paikallistaminen

Aiheiden valintaan vaikuttaa:

- päivän uutistilanne. Jos on paljon kilpailevia aiheita, joku juttu saatetaan jäädä tekemättä. Isot, kertaluontoiset tragediat (kuten kouluampumiset tms.) jättävät varjoonsa paljon asioita.
- Onko kyseistä aihetta käsitelty vastikään omassa lehdessä.
- Aiheen merkittävyys, mielenkiintoisuus ja se, kuinka laajoja ihmisjoukkoja se koskettaa.
- Aina hyvätkään aiheet eivät mene mediassa läpi päivän uutistilanteesta johtuen. Mutta aina kannattaa tarjota.

2. Toimittajan työhön vaikuttavia asioita

- Nopea aikataulu, joudumme työskentelemään usein sähäkästi. Haastattelua on harvoin mahdollista sopia kauemmas kuin seuraavalle päivälle.
- Journalistin ohjeet. Tärkein sisältö:
- ”Tiedonvälityksen sisältöä koskevat ratkaisut on tehtävä journalistisin perustein. Tätä päätösvaltaa ei saa missään oloissa luovuttaa toimituksen ulkopuolisille.
- Ilmoitusten ja toimituksellisen aineiston raja on pidettävä selvänä. Pilominonta on torjuttava.
- Haastateltavalla on oikeus saada ennakolta tietää, millaisessa asiayhteydessä hänen lausumaansa käytetään ja onko keskustelu tarkoitettu vain tausta-aineistoksi.
- Haastateltavan pyyntöön tarkastaa lausumansa ennen julkaisemista on syytä suostua, jos julkaisuaikataulu sen mahdollistaa. Tarkastamisoikeus koskee vain haastateltavan omia lausumia, eikä sillä saa luovuttaa journalistista päätösvaltaa toimituksen ulkopuolelle.”

3. Juttuaiheen tarjoaminen

- Kolme vaihtoehtoista tapaa:
- Tarjoa suoraan tietyille medialle aihetta joko puhelimitse tai s-postilla. Huom. Kerro, jos olet tarjonnut aihetta useammalle taholle yhtä aikaa. Kannattavampaa on ottaa yhteyttä ensin yhteen mediaan ja tarjota aihetta ensin heille. Jos lehti ei innostu, voit tarjota muualle. Yhteydenotto joko toimituspäällikköön, uutispäällikköön, päätoimittajaan tms. hieman lehtien koosta riippuen.
- Lähetä tiedote useammalle medialle.

- Hyvä tiedote

- on pituudeltaan mielellään puoli tai 2/3 liuskaa, ehdoton maksimi yksi liuska (eli noin 2600 merkkiä).
- tärkein ja kiinnostavin asia on kärjessä ja asia on kerrottu tiiviisti. Mukana tieto siitä, keneltä saa lisätietoja.
- on kirjoitettu sujuvalla kielellä. Lyhyet lauseet. Ei erikoisanastoa, tai jos sitä on pakko käyttää, sanat selitetään. Lauseissa on tekijä ja tekemistä kuvaava verbi. Ei lyhenteitä, numeroita vältetään. Ei johdantoa eikä loppukaneettia.
- on kirjoitettu tavallista lukijaa ajatellen eikä mene turhaan yksityiskohtaiselle tasolle. On konkreettinen ja havainnollistaa asiaa esimerkeillä.
- voi sisältää muutaman sitaatin joltakulta olennaiselta haastateltavalta.

- Onnistunut tiedotustilaisuus:

- Kutsu on hyvä lähettää 7-2 päivää ennen tilaisuutta sähköpostitse. Jos tilaisuuteen pyydetään ilmoittautumaan, viimeinen ilmoittautumisaikakohta ei saisi olla liian aikaisin. Tuleminen tiedetään varmasti todennäköisesti vasta edellisenä iltapäivänä.
- Hyvä aika järjestää tiedotustilaisuus on aamupäivällä, esim. klo 10. Haluessasi voit huomioida eri lehtien ilmestymispäiviä ja ajoittaa infon sen mukaan (esim. paikallislehtiä palvelet järjestäen infon joko päivää tai kahta ennen niiden julkaisuajankohtaa).
- Infon pitäjän ei tule marsittaa paikalle suurta ihmisjoukkoa. Paikalle mieluiten maksimissaan kolme henkilöä, neljäkin menee juuri ja juuri. Toimittajan työtä vaikeuttaa, jos haastattelun antaja ja kommentoija on paljon.
- Infon tulisi olla napakka, pituus maksimissaan tunnin verran.
- Infoajien on hyvä kertoa ensin johdanto tiedotettavaan asiaan ja sen jälkeen annetaan vuoro toimittajien kysymyksille.
- Huom! Kun järjestetään seminaari, jossa on mielenkiintoisia asiantuntijapuhujia, aina olisi hyvä järjestää erillinen tiedotustilaisuus, jossa pääpuhujia voi haastatella.

5. Millä tavalla voin edesauttaa juttuaiheen/tiedotteen läpimenoa?

- Mitä kiinnostavammin osaat esittää aiheen, sitä todennäköisemmin siihen tartutaan.
- Mieti näkökulma. Pelkkä uuden hankkeen käynnistyminen ei esimerkiksi ole itsessään kiinnostava, vaan sen sisältö (hanke koskettaa laajaa ihmisjoukkoa – siinä haetaan uusia tutkimustuloksia – hanke liittyy johonkin ajankohtaiseen valtakunnalliseen keskustelunaiheeseen, kuten vanhustenhuollon parantamiseen tms..)
- Toimittajia kiinnostaa uutisuusarvo, ihmisläheisyys, tarinat, asiat, joita on helppo tuoda konkreettiselle tasolle ja havainnollistaa.
- Huom. Juttu ja ilmoitusmateriaali ovat aina kaksi eri asiaa. Saat poikkeuksetta nyrpeää kohtelua toimituksissa, jos yrität kytkeä ilmoituksen ja jutun yhteen.

6. Apua, toimittaja soittaa

- Kun sinulta pyydetään haastattelua, mieti ensin, onko sinulla aiheesta riittävä tietämys. On parempi kieltäytyä käteilyssä kuin tulla haastatteluun sanomaan, että tähän asiaan en oikeastaan osaa kommentoida mitään. Huom. Riittävä tietämys ei tarkoita, että olisit aiheesta Suomen paras asiantuntija. Mutta jos työskentelet päätoimisesti aiheen parissa, sinulla on siitä riittävä tietämys.
- Aikataulu on usein tiukka, mutta jos vain kykenet vastaamaan siihen, teet palveluksen toimittajalle. Varaudu siihen, että juttu tulee yleensä seuraavan päivän lehteen.
- Voit valmistautua haastatteluun miettimällä etukäteen tärkeimmät pääpointit käsiteltävästä aiheesta ja ennakoita, mitä toimittaja voisi kysyä. Tarvittaessa voit pyytää pari peruskysymystä etukäteen, jos se helpottaa valmistautumistasi.
- Muista: jos olet tehtävässä, jossa sinulle kuuluu viestintä, kommentointiin pitää varautua ja tottua.
- Jos joku toimittaja hoksaa oma-aloitteisesti ison uutisaiheen, ja hänelle on annettu siitä haastattelu, ei siitä lähetetä tiedotetta muille medioille samaan aikaan. Niin sanottu ensiön oikeus juttuun on toimittajalla, joka hoksasi asian ensimmäisenä. Mediat kilpailevat uutisista.

7. Haastattelutilanne

- Harkitse etukäteen, mitä sanat ja mitä sanavalintoja käytät. Toimittajat nauhoittavat haastattelun tai kirjoittavat usein sanatarkkoja ilmauksia ylös. Periaatteessa et voi jälkikäteen ”perua” sanomiasi, jos kerran olet jotain haastattelutilanteessa toimittajalle kertonut – vaikka niin jyrkkiä ei aina olla.
- Vastaavasti voit miettiä jonkun mehevän ilmaisen, jos toivot toimittajan tarttuvan siihen.
- Älä uskoudu. Vaikka toisinaan toimittajaa voi auttaa, että hän tietää taustatietoa, ei ole asiallista hokea ”älä kirjoita tätä lehteen, mutta...”
- Anna toimittajan valita juttunsa näkökulma.
- Toimittajan työtä helpottaa, jos olet koonnut häntä varten paperille valikka ranskalaisin viivoin tärkeimmät asiasällöt. Se vähentää myös virheiden mahdollisuutta.

8. Jutun tarkistamisen pelisäännöt

- Journalistin ohjeiden mukaan jutun tarkistaminen ennen julkaisua on mahdollista, jos aikataulu sen sallii, mutta tarkistaminen koskee vain haastateltavan omia lausumia. Käytännössä se tarkoittaa, että jutusta korjataan asiavirheet. Suorin sitaatteihin on sallittua puuttua, mutta niitä ei saisi ruveta kirjoittamaan uusiksi.
- Toimittaja tekee luovaa työtä, ja juttu näkökulmineen on ikään kuin taideteos, tekijänsä näköinen. Juttu ei ole muokkausta varten tuotettua raakamateriaalia. Toimittajan tekemä juttu poikkeaa siis olennaisesti esimerkiksi tutkijoille tutusta prosessikirjoittamisesta. Vaikka lehti juttua tehdään toimittajan ja haastateltavan välisessä yhteistyössä, se ei ole yhteistuotos vaan viime kädessä toimittajan tuotos.
- Toimittajan ei siis ole pakko korjata kuin asiavirheet. Käytännössä joustetaan enemmän tai vähemmän.
- Huomioi, että myös ulkopuolinen taho toimituksessa voi editoida toimittajan tekstiä taittovaiheessa: muuttaa otsikkoa, jutunärkeä, lyhentää juttua ym. Tästä johtuen juttu voi muuttua vielä siitä versiosta, mitä olet nähnyt.

- Vältä juttujen kierrättämistä tarkistusvaiheessa muilla kuin haastattelutilanteeseen osallistuneilla henkilöillä. Ulkopuoliset eivät saisi puuttua tekstiin.
- Tiedotusvälineillä on oikeus kirjoittaa esimerkiksi organisaatioiden nimet ja erilaiset lyhenteet kieliohjeisääntöjen ja -suositusten mukaan. (Esim. ICT/Ict, TE/te-keskus, Raudaskylän Kristillinen Opisto/Raudaskylän kristillinen opisto...) –
- Luota viime kädessä siihen, että toimittaja on tavallisen yleisön asiantuntija.

9. Kansantajuuden tiedeviestinnän erityispiirteet

- Tutkijan on hyvä ymmärtää, että hän viestii tavalliselle lukijalle, ei kollegoille. Sanomalehtiteksti on erilaista kuin tieteellisten tai erikoisjulkaisujen teksti ja se on suunnattu tavalliselle yleisölle. On kestävä se, että asioita ei voi ilmaista niin täsmällisesti kuin tieteellisessä artikkelissa. Valkeita termejä pitää kiertää tai ne on ainakin selitettävä. Tarvitaan muiden oikomista ja käytännön esimerkkejä.
- Koska lehtitekstin on oltava napakkaa, toimittajat hakevat yksinkertaisia ja selkeitä johtopäätöksiä tutkimustuloksista. Pientä yksinkertaistamista on pakko sallia.
- Populaari tiedeviestintä on kuitenkin tärkeää, koska tieteen ja tutkimuksen kautta tulee paljon mielenkiintoisia juttualheita.

Tiedotetaidot kuntoon

Tiedetiedottamisen työpaja, osa 2

Sari Arffman, Tutkijan kammarista kaikelle kansalle –hanke

16.10.2013



Mistä tiedote kannattaa kirjoittaa?

- Tiedotteen tulisi käsitellä juuri tapahtunutta tai pian tapahtuvaa, tulossa olevaa, uutta ja yleisesti kiinnostavaa asiaa.
- Esimerkiksi hankkeen alkaminen, erilaiset tapahtumat, merkittävän henkilön vierailut, hankkeen päättymisen, uuden koulutuksen alkaminen tms.
- Vrt. tiedotusvelvollisuus esim. hankkeissa.
- Tiedote vai tiedotustilaisuus? Usein tarvitaan molemmat, mutta info järjestetään vain painavasta syystä.

Lähde: Juholin 2001

Huomioitavaa

- Toimitukset voivat muokata tiedotetta vapaasti omaan käyttöönsä sopivaksi.
- Tiedotteen pohjalta tehtyä uutista ei voi pyytää tarkistettavaksi.
- Et voi olla varma tiedotteen läpimenosta.

Hyvän tiedotteen ABC (1)

- Tiedotteen kolme tärkeintä ominaisuutta:
 1. Sisältö ja uutisarvo. Asia on itsessään tärkeä ja uutisarvo riittävä.
 2. Rakenne. Oleellisin asia selviää muutamalla silmäyksellä eli lukemalla otsikon ja ensimmäisen kappaleen.
 3. Kieli. Teksti on ymmärrettävää.

(Juholin 2001)

Hyvän tiedotteen ABC (2)

○ **Sisältö ja uutisarvo**

- ❖ Tiedotteeseen pitää valita yksi kärki. Yhdessä tiedotteessa ei voi syleillä koko maailmaa.
- ❖ Kirjoita itsellesi vaikka niin sanottu idealaus: tärkein asia, jonka haluat tiedotteen avulla tuoda julki.
- ❖ Mieti, mitä asiaan perehtymätön ihminen sinulta kysyisi asiasta. Mikä häntä kiinnostaisi siinä? Voit testata vaikkapa kollegan kanssa.

Hyvän tiedotteen ABC (3)

○ **Rakenne**

- ❖ Toimittajat tarttuvat herkimmin tiedotteeseen, joka on rakennettu valmiiksi uutisen malliin.
- ❖ Kärjelleen käännetty kolmio: Kerro tärkein asia ensin ja vähemmän tärkeä asia viimeisenä.
- ❖ Alkuun nostetaan joku konkreettinen muutos, tulos, tulossa oleva uusi asia tms. Tiedote ei ala taustoituksella.
- ❖ Pari sitaattia joltakin olennaiselta henkilöltä tuo jämäkkyyttä.
- ❖ Pituus napakka, ehdoton maksimi yksi sivu, noin 2600 merkkiä. Mieluiten lyhyempi.

Hyvän tiedotteen ABC (4)

○ Kieli

- ❖ Käytä lyhyitä lauseita, joissa on substantiivi, predikaatti ja objekti (kuka tekee ja mitä).
- ❖ Vältä erikoissanastoa. Jos sitä on pakko käyttää, on termit selitettävä.
- ❖ Karsi lyhenteet ja erikoismerkit (kuten %) tekstistä.
- ❖ Otsikoi kiinnostavasti ja napakasti!

Ja vielä..

- Muista lisätietojen antajien yhteystiedot. Heidän on myös oltava tavoitettavissa.
- Lisää www-osoitteet mahdollista lisätiedon hankintaa varten.
- Embargon eli sallitun julkaisuajankohdan merkintä – jos ei erillistä merkintää, julkaisuvapaa heti.
- Informatiivinen otsikko sähköpostiviestiin.

Esimerkkejä

Mikä näissä tiedotteissa on hyvää ja mikä on huonoa?

Harjoitus

- Jakaantukaa neljään kolmen hengen ryhmään.
- Käykää ryhmässä läpi annetut tekstit.
- Tehkää muistiinpanot seuraavista asioista:
- Millainen otsikko on?
- Käykö tekstistä heti ilmi, mitä siinä käsitellään ja mikä on sanoman ydin?
- Tarvitseeko kieli muokkausta? Ymmärrätkö kaiken?
- Mikä tekstissä on mielestänne olennaista? Mitä te nostaisitte siitä kärkeen?
- Laatikaa tiedotteen ensimmäinen kappale.
- **Käydään tehtävät läpi n. klo 10.30**

OIVA OSAAJA on luettavissa osoitteessa:

<http://www.kp24.fi/liitteet/oivaosaaja/epaper/#>

Tutkijan kammarista

Matti Muhos & Sari Arffman



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasio:
Eurooppa investoi maaseutueläisiin



Tutkijan kammarista kaikelle kansalle -hanke

- Keski-Pohjanmaan Kirjapainon ja Oulun Eteläisen instituutin tiedeviestintähanke
- Kestää kahdeksan kuukautta
- Tarkoitus tehdä tunnetuksi alueen tutkimus- ja kehitystoimintaa (lehtijuttusarja, tiedotteet, tiedeteema netissä, työpajat...)

Mikä on Oulun Eteläisen instituutti?

- Oulun yliopiston alueyksikkö
- Toiminta vakinaistettu vuonna 2004
- Järjesti aiemmin myös maisterikoulutuksia, nykyisin keskittynyt tutkimukseen
- Saa pienen perusrahoituksen yliopistolta, mutta toimii pääosin hankerahoituksella
- Työllistää noin 45 henkilöä tutkimusryhmissä ja hallinnossa

Instituutin tutkimus

➤ **Pyhäsalmen kaivos:**

- Maanalaisfysiikan tutkimusryhmä CUPP Pyhäjärvellä tutkii kosmisia säteitä EMMA-kokeen avulla
- *Center for Underground Physics in Pyhäsalmi; Experiment with Multimuon Array*
- Lisäksi valmisteilla hiukkasfysiikan tutkimuskeskushanke Laguna
- *Large Apparatus studying Grand Unification and Neutrino Astrophysics*
- Tekee perustutkimusta, eli tutkimusta, jolla ei ole suoraa kaupallista hyödyntämismahdollisuutta.

Instituutin tutkimus

➤ **Nivala:**

- Mikroyrittäjyyden tutkimusryhmä, joka tutkii alle kymmenen hengen kokoisten yritysten toimintaa ja kehittymistä
- Terästudkimuksen ryhmä FMT, joka tutkii esimerkiksi, miten laserkäsittelyllä teräksestä saadaan kestäväää ja kevyttä.

Instituutin tutkimus

➤ **Ylivieska ja Raahе:**

- Centrian ja instituutin yhteinen RFMedia-laboratorio Ylivieskassa. Tutkimuskohteina esimerkiksi laitteiden käytettävyys, langaton tiedonsiirto ja digitaalinen holografia.
- Soveltava viestintäteknologian tutkimus Raahessa, esim. teknologian käyttö vanhusten kotona pärjäämisen apuna
- Nämä tutkimusryhmät ovat tiiviissä yhteistyössä yrityselämän kanssa ja haluavat toiminnallaan edesauttaa alueen yritysten kehittymistä.

Muuta tutkimustoimintaa

- **Centria tutkimus ja kehitys:** lukuisia tutkimushankkeita sähköautoista kännykkäverkkoihin
- Oulun ammattikorkeakoulun terveystieteen Oulaisten alueyksikön hyvinvointitutkimus
- Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymä osallistuu esimerkiksi terästudkimuksen kehittämishankkeisiin Nivalassa

Lisätietoja kiinnostuneille

- www.oei.fi
- www.cupp.fi
- www.rfmedia.fi
- www.kp24.fi/tiede
- www.oulunetelainen.fi

Sari Arffman, sari.arffman@kpk.fi

Matti Muhos, matti.muhos@oulu.fi