



Kristillisdemokraatit
ARVOISTASI POLITIIKKAA.

Vihjeitä viestinnästä.

Opas parempaan tiedottamiseen

Johdanto

Luotettava, aloitteellinen ja avoin viestintä on KD:n toiminnan peruslähtökohta. Sen tavoite on puolueen poliittisten linjausten edistäminen ja myönteisen julkisuuskuvan vahvistaminen. Tämä edellyttää kaikilta puolueen toimijatasoilta monipuolista viestintää tiedotusvälineille, aktiivisuutta sosiaalisessa mediassa, myönteistä asennetta lisäävää markkinointiviestintää sekä tehokasta sisäistä viestintää, joka osaltaan lisää jäsenistön aktiivisuutta ja halua vastuunkantoon.

Viestintä tulee liittää kaikkeen puoluetoiminnan suunnitteluun läpäisyperiaatteella. Sen tulee olla suunnitelmallista ja pitkäjänteistä. Viestintävastuut on jaettava selkeästi ja toteutusta seurattava säännöllisesti. Viestinnän kautta syntyy jatkuvaa dialogia jäsenten ja äänestäjien kanssa sekä luodaan KD:sta selkeä, aloitteellinen ja vaihtoehtojen tarjoava poliittinen toimija.

Puolueen viestintäkeinot ja –kanavat valitaan kohderyhmän mukaan. Kommunikointi ja tiedonhaku ovat siirtyneet yhä enemmän internetiin ja etenkin sosiaalisen median kanaviin. Tämän vuoksi niin puolueen valtakunnallisen kuin paikallistason viestinnässä panostetaan erityisesti niihin. Ei pidä kuitenkaan unohtaa sitä, että edelleen monet puolueen jäsenet ja kannattajat ovat pitäytyneet pitkälti perinteisten medioiden ja viestintäkanavien seuraamiseen.

Yhteisöilme on moniaineksinen kokonaisuus, joka muodostuu kaikkien puolueen toimijoiden kaikista ulkoisista viesteistämme, mainoksistamme, puheistamme, lausunnoistamme, käytöksestämme eli kaikesta siitä mikä on nähtävissä osana suomalaista kristillisdemokratiaa. Kaikkien ei tarvitse osata kaikkea, mutta jokaisen olisi hyvä tietää hyvästä viestinnästä jotakin.

”Viestintä yleensä epäonnistuu, paitsi sattumalta”. Elävä elämä on usein yhtä väärinymmärrysten, väärintulkintojen ja kohtuuttomien kokkapuheiden vyöryä. Poliittisessa viestinnässä on omat erityiset haasteensa.

Tämän oppaan tavoitteena on auttaa Sinua parempaan tiedottamiseen ja madaltaa kynnystä lähteä kirjoittamaan esimerkiksi mielipidepalstoille. Poliitiikan toimijalle on aivan erityisen tärkeää saada viestinsä myönteiseen pakettiin, mahdollisimman ymmärrettäväksi ja kiinnostavaksi. Hyväksi tiedottajaksi ja median ymmärtäjäksi ei synnytä, vaan kasvetaan kokemusten ja oppimisen kautta. Tähän haluamme toivottaa Sinulle rohkeutta ja ennakkoluulottomuutta.

Heittäydy viestimään! Löydät itseltäsi siivet.

Viestintä ei saa olla satunnaista hattaraa

Poliittisen toimijan viestintä ei voi olla satunnaista ja sattumanvaraista viestien tuottamista. Yhdentekevien viestien tuottaminen ja tuputtaminen tappaa ystävällisimmänkin vastaanottajan kiinnostuksen. Tuloksiin pyrkivä viestintä on suunnitelmallista työtä, jonka portinvartijana toimii valpas ja terhakka itsekritiikki.

Viestinnän tehtävät voidaan jakaa neljään eri päätehtäväkenttään. Nämä ovat:

- profilointi
- perustoimintojen tuki
- informointi
- kiinnittäminen.

1. Profilointi

Profilointi on puolueen profiilin, yhteisökuvan, imagon tavoitetietoista rakentamista.

”Profiloinnin tavoitteena on saada yhteisökuva vastaamaan yhteisön haluamaa profiilia ja samalla lisätä luottamusta yhteisöön. Yhteisön tulee huolehtia siitä, että yhteisön toiminta ja viestitty profiili eivät ole keskenään ristiriidassa.”
– Suomen Tiedottajien Liiton lausuma, 1987

Profiloinnin avulla luodaan viestinnän perusvire ja kartutetaan yhteisön luottamuspääomaa. Profilointi toteutuu siitä kokonaisuudesta, joka rakentuu teoistamme, viesteistämme ja puolueemme ulkoisesta ilmeestä. Niiden tulee olla sopusoinnussa keskenään. Se mitä teemme, on tietenkin kaikkein tärkeintä. Jos tekemme eivät vastaa lähetettyjä perusviestejä ja niihin sisältyneitä lupauksia, emme voi olla uskottavia.

Millainen puolue on Suomen Kristillisdemokraatit?

- KD on kansalaispuolue, jonka kristillisdemokraattinen arvopohja korostaa ihmisarvon kunnioittamista, perheen ja lähiyhteisöjen merkitystä, heikossa asemassa olevien puolustamista, ihmisten omaa yritteliäisyyttä sekä vastuunottoa paitsi itsestä myös lähimmäisistä ja luomakunnasta. KD haluaa olla toivon tuoja.
- KD on vastuunkantajapuolue, joka ei tavoittele poliittisia voittoja katteettomalla populismilla, vaan perustaa kannanottonsa totuudenmukaisiin arvioihin ja perustelee kantansa rehellisesti. Puolue rakentaa toimintansa luotettavuudelle ja kaukokatseisuudelle sekä kantaa vastuun myös tulevien sukupolvien hyvinvoinnin edellytyksistä.

- Kristillisdemokratia on vaihtoehtojen etsimistä ja tarjoamista. KD on yhteistyön rakentaja, joka tähtää yhteiskunnan aktiiviseen kehittämiseen, ei muutoskehityksen jarruttamiseen.
- Yleispuolueena KD haluaa vaikuttaa kaikilla yhteiskunnallisen päätöksenteon alueilla ja palvelee arvoperustansa pohjalta kaikkia kansalaisryhmiä. Puolue on osa kansainvälistä, monimuotoista kristillisdemokraattista liikettä.

Kristillisdemokraattien tarjoamien poliittisten vaihtoehtojen esiin nostamiseksi ja sen viestimiseksi, että puolue on aktiivinen laajasti eri politiikan sektoreilla, on puoluetasolla hyvä laatia suunnitelma kärkiteemoista, joita viestitään monikanavaisesti ja myös paikallistasolla.

Jos puolueen julkikuva on väärä tai vääristynyt, suunnitelmallisella profiloinnilla voidaan tehdä, yleensä ajan kanssa, tarvittavat korjaustoimet. Kuvitteellinen esimerkki: huomaamme, että vain harva tietää KD:n ajavan pienyrittäjien asiaa → toteutetaan aloitteiden, kannanottojen ja mielipidekirjoitusten kautta viestintäkampanja, jossa nostetaan esille pienyrittäjien arjen hankaluudet ja poliittiset ratkaisut niihin.

Pohdi: Onko tavallisten ihmisten käsitys KD:sta totuudenmukainen? Estävätkö väärät mielikuvat äänestämästä meitä? Miten viestinnällisin keinoin voisimme syöttää oikeampaa mielikuvaa? Mikä olisi se oikea kuva?

Vaikka poliittinen arki on yhteistyötä, viestinnässä korostuvat persoonat. Etenkin meillä Suomessa politiikka on muuttunut yhä henkilökeskeisemmäksi. On tärkeää, että KD:n riveistä nousee eri paikkakunnilla esille erilaisia persoonia. On vahvuutta, että puolueen luottamushenkilöinä ja vastuunkantajina on erilaisia ihmisiä, jotka oman persoonansa kautta luovat enemmän kiinnittymiskohtia äänestäjille. Näin tavoitetaan helpommin myös äänestäjiä, jotka eivät ehkä KD:ta muuten äänestäisi.

Paikalliset kristillisdemokraatit voivat profiloida itsensä hyvinkin kapealle sektorille esimerkiksi ammattinsa, harrastuksensa tai elämäntilanteensa kautta. Joku voi kirjoittaa vain vanhusten asioista tai toimia omaishoitajien äänitorvena. Joku on aktiivinen kouluasioissa ja lapsiperheiden palvelujen puolustajana, toinen tunnetaan ympäristöaktiivina, kolmas yrittäjien edusmiehenä.

Jokaisen ei tarvitse tietää kaikesta kaikkea ja olla kunnallispolitiikan ”yleismiesjantusia”. Päinvastoin on tärkeää, että jokainen ehdokas ja luottamushenkilö löytää oman luontevan ja uskottavan roolin ja profiilinsa yhteiskunnallisena toimijana ja KD:n ehdokkaana.

2. Perustoimintojen tuki

Perustoimintojen tuen piiriin kuuluu etenkin vaaleihin liittyvä tiedotustoiminta ja mainonta sekä monet muut sisäisen ja ulkoisen viestinnän perustehtävät, joita ilman puolue ei voisi käytännössä tehdä työtään. Markkinointiviestinnän tulee olla paitsi tietojen jakamista myös tiedonkeruuta ihmisten käyttäytymisessä, arvostuksissa ja mielipiteissä tapahtuvista muutoksista.

Helpointa on muuttaa ihmisten tietoja: antaa heille asioista sellaista uutta tietoa, jonka he ovat valmiit hyväksymään ja omaksumaan. Avainsana on totuudellisuus: vain todeksi mielletty tai todeksi osoittautuva tieto rakentaa kestäväää ja myönteistä yhteisökuvaa.

Mielipiteiden, asenteiden ja poliittisen vakaumuksen muuttaminen on paljon vaikeampaa. Teoriassa voidaan ajatella, että muutos ihmisen äänestyskäyttäytymisessä voidaan saada aikaan seuraavan tapahtumaketjun kautta:

- Ihminen tulee tietoiseksi puolueen olemassaolosta ja saa kiinnostavaksi kokemansa käsityksen puolueen arvomaailmasta ja tavoitteista.
- Kiinnostus johtaa havahtumiseen: hän ryhtyy puntaroimaan eri poliittisten näkökulmien keskinäistä paremmuutta ja saattaa olla valmis tarkistamaan omaa aiempaa vakaumustaan.
- Jos puolueen välittämä arvomaailma ja poliittiset vaihtoehdot pystyvät tekemään kestävään vaikutuksen, hän on valmis muuttamaan myös aiempaa äänestyskäyttäytymistään ja rekisteröi kantansa äänestyskopissa.
- Vaaleissa rekisteröity muutostahto muuntuu demokratiassa muutosvoimaksi, jolle kristillisdemokratia antaa sisällön ja suunnan.

Vaalimainontaa tai muuta viestintäkampanjaa suunniteltaessa on tarpeen pohtia:

- Mikä on sanoman aihe ja sisältö, mitä halutaan sanoa?
- Mihin sanomalla tähdätään? Millaisia muutoksia tai muita vaikutuksia halutaan saada aikaan ihmisten mielipiteissä, asenteissa ja käyttäytymisessä?
- Mille kohderyhmille sanoma on tähdätty?
- Mitkä mediat ja viestintäkeinot soveltuvat parhaiten sanoman levittämiseen ja parhaan mahdollisen vaikutustehon tavoittamiseen?
- Mikä on sanoman käytännöllisin ja toimivin muoto?
- Toteutusajankohta, taloudelliset ja henkilöresurssit, kilpailijoiden toimenpiteet?

Kampanjasuunnitelman pätevyyttä ja osuvuutta on hyvä testauttaa viestinnän ja markkinoinnin erityisosajilla tai ainakin riittävän monella kokeneella arvioijalla. Mainosidea tai vaalilause, joka omasta mielestäsi on loistava, saattaa muille jäädä avautumatta tai luoda aivan muunlaisia merkityksiä kuin sinulle.

3. Informointi

Informointi eroaa profiloinnista ja markkinoinnista siinä, että sen painopiste on uutisten välittämisessä. Tiedotteiden laatiminen ja lähettäminen eri medioille sekä tiedotustilaisuuksien järjestäminen ovat keskeisintä ulkoista viestintää.

Tiedotteesta tulee mediauutinen vain, jos asian kiinnostavuus koetaan tiedotusvälineiden piirissä niin suureksi, että uutiskynnys ylittyy. Uutisvalinnat pohjautuvat uutiskriteerien ohella toimittajien henkilökohtaisiin asenteisiin ja kokemuksiin, kyseisen median toimituksellisiin linjauksiin ja moniin tilannetekijöihin, esimerkiksi ajankohtaan ja samanaikaisesti tarjolla olevien muiden uutisten määrään.

Jos mahdollista, tiedotteiden ja mielipidekirjoitusten lähettäminen kannattaa ajoittaa niin, että muuta kilpailevaa viestintää on samanaikaisesti mahdollisimman vähän mutta toimitusten resurssit ovat kuitenkin käytettävissä (esim. uutisköyhät loma-ajat tai maakuntamedioissa sunnuntai-aamupäivät).

Myös uutisen lähettäjän ja sen vastaanottajana olevan toimittajan tai toimituksen väliset suhteet vaikuttavat suoraan siihen, saako sanoma osakseen huomiota vai ei - ja jos saa, kuinka suurta tämä huomio käytännössä on.

Henkilökohtaisten yhteyksien luominen ja ylläpitäminen on tärkeä osa kaikkea tiedotustoimintaa. Ystävällisyys, palvelualttius ja ehdoton luotettavuus ovat jokaisen tiedottajan tärkeimpiä valtteja. Toimittaja tulee nähdä puolueettomana yhteistyökumppanina eikä ”vihollisena”, joka välttelee, vähättelee tai vääristelee hänelle lähetettyjä viestejä. Ja jos toimittajalla olisikin kielteisiä ennakkoasenteita, murra sinä ne ennakkoluulottomuudella, palvelualltiudella ja myönteisyydellä.

Sisäistä viestintää ovat mm. jäsenkirjeet, kokouskutsut, ystäväposti, KD-lehden kautta tapahtuva informointi, sähköinen viestintä sähköpostitse, sosiaalisessa mediassa ja verkkosivuilla sekä suora, ihmisten välinen viestintä. Se, miltä sisäinen viestintä näyttää ja maistuu, vaikuttaa suoraan jäsenistön, luottamushenkilöiden ja kaikkien puolueen piirissä toimivien ihmisten motivaatioon. Huolella tehty jäsenkirje herättää enemmän mielenkiintoa asiaa ja lähettäjää kohtaan kuin häthätäinen hutaisu. Mutta kaikkein pahinta on täysi hiljaisuus - se että viestejä ei kulje lainkaan.

4. Kiinnittäminen

Viestintää tarvitaan myös puolueen toimintaan ja tavoitteisiin sekä luottamustehtävien luonteeseen ja sisältöön perehdyttämiseen. Varsinkin uudet jäsenet tarvitsevat osakseen erityishuomiota. Niinpä onkin välttämätöntä, että sekä uusiin jäseniin että uuden paikallisosaston alueelle muuttaneisiin avataan heti aktiivinen yhteys: soitetaan, lähetetään postia, kutsutaan mukaan tilaisuuksiin.

Puolueen nettisivuilta Osallistu → Jäsenille → Osastoinfo kohdasta löytyy tähän tarkoitukseen valmis kirjepohja. Tarjolla on myös Osasto-opas -vihkosia, joista löytyy hyödyllistä informaatiota osastojen luottamustehtäviin valituille.

Tiedotuksen suunnittelu

On helppoa syyttää mediaa siitä, että KD ei näy riittävästi julkisuudessa. Kuitenkin kovin usein on meistä itsestämme kiinni se, että viestimme ei näy eikä kuulu – emme ole hoitaneet hyvin ja aktiivisesti omaa osuuttamme. Meistä ei tehdä uutisjuttuja eikä meitä huomioida muutoinkaan, ellemmme tarjoa aineksia siihen ja osoita olevamme aktiivisia yhteiskunnallisia keskustelijoita ja toimijoita.

Kokemukset kertovat siitä, että kun aktiiviseen ja ennakkoluulottomaan tiedottamiseen on paikallistasolla lähdetty, on monesti saatu yllättyä iloisesti esimerkiksi siitä, miten hyvin tiedotteita ja mielipidekirjoituksia on julkaistu. Toimitukset eivät lähesty meitä kuin harvoin, meidän on palveltava heitä aktiivisesti tarjoamalla julkaisukelpoista (tai helposti muokattavaa) aineistoa – tiedotteita, puffejä, kannanottoja ja mielipiteitä, sovitusti myös uutisjuttuja.

Tuloksiin tähtäävä viestintä puolueessa, piirissä tai puolueosastossa perustuu johdonmukaiseen suunnitteluun, selkeään tehtävä- ja vastuujakoon sekä valppaaseen tilanneseurantaan. Tiedotustehtävät voidaan jakaa monin eri tavoin. Olennaista on se, että tiedotusvastuita saanut henkilö paneutuu tehtäviinsä tunnollisesti ja pyrkii kehittämään viestintätaitojaan.

Tässä joitakin käytännön vihjeitä viestinnän perusvalmiuksien rakentamiseen:

Tee lista oman toimialueesi kaikista joukkoviestimistä.

- median verkkosivuosioite, toimituksen ja mielipidepalstan sähköpostiosoite
- keskeiset toimittajat, tutustu mahdollisuuksien mukaan luontevalla tavalla
- ilmestymis- ja aineistonjättötiedot, levikki-, näkyvyys- ja kuuluvuusaluuetiedot
- tutustu mahdollisuuksien mukaan toimittajiin luontevalla tavalla

Tee toiminta- ja tiedotuskalenteri. Merkitse tiedotuskalenterin rungoksi kaikki puolueen, piirin tai paikallisosaston kokoukset ja muut tapahtumat. Voit tehdä samalla alustavan tiedotussuunnitelman: mitä asioita missäkin kokouksessa on tarkoitus käsitellä ja mitä ovat ne asiat, jotka kannattaisi erityisesti nostaa esille.

Esimerkiksi vuosikokouksista tulisi lähteä aina tiedote, jossa kerrotaan valinnoista ja jonka mukana on kokouksen hyväksymä kannanotto. Mikäli kokouksessa vierailee puhuja, vaikkapa kansanedustaja, tulisi hänen puheestaan olla joko erillinen puhereferaatti/tiedote tai pieni katkelma keskeisestä sisällöstä valinnoista kertovan tiedotteen osana. Puhujan tulemisesta tilaisuuteen kannattaa tehdä myös etukäteistiedote ja kutsu medialle tulla seuraamaan tilaisuutta ja/tai haastattelemaan puhujavierasta. Vaikka toimittaja ei ehtisikään tulla paikalle, hän kutsun myötä aktivoituu odottamaan julkaistavaa aineistoa ja voi sitä myös itse pyytää.

Ennen tilaisuutta on hyvä kysyä paikallismedian toimittajan osallistumismahdollisuutta. Jos toimittaja ei pääse, voi heti tarjota apua referaatin tai jopa valmiin uutisjutun ja kuvan toimittamisessa.

Tiedotteet

Tiedote voi toimia ennakkoinformaation ja kutsumisen, samoin kuin kannanotoista, julkilausumista, valinnoista ja muusta toiminnasta kertomisen välineenä.

Pohdi:

Onko tiedotteesi sellainen, että se kannattaa suunnata vain tiettyyn tai tiettyihin medioihin vai valtakunnallisesti? Miten tiedotetta levitetään verkossa ja sosiaalisessa mediassa?

Millainen on hyvä tiedote?

- Tiedotteen tavoitteena on uutinen. Hyvin valmisteltu tiedote madaltaa julkaisukynnystä. Siinä on uutisarvoltaan ajankohtainen ja kiinnostava sisältö.
- Tiedote voi kertoa esimerkiksi henkilövalinnoista tai kannanotosta tai puffata tulevaa tapahtumaa.
- Varusta viestisi selkeästi näkyvällä TIEDOTE tai KANNANOTTO – merkinnällä, päivämäärällä. Tiedote kannattaa lähettää mahdollisimman pian, jopa ennen virallista kokousta ”embargolla”. Tällöin otsikon yläpuolelle laitetaan merkintä ”julkaisuvapaa klo 14.00”.
- Otsikointi ratkaisee pitkälti sen, tuleeko kannanottosi luetuksi. Etsi käsillä olevasta asiasta sen ydin, eniten uutisarvoa sisältävä asia tai näkökulma ja kiteytä se selkeään ja iskevään muotoon otsikoksi.

- Tiedotteen otsikosta ja ensimmäisestä kappaleesta käy ilmi keskeisin asia sekä ”missä, mitä, kuka ja milloin”. Painavin asia kuuluu kirjoituksen alkuun ja selitykset ja kuvaukset lisätään loppuun. Tiivis tiedote otetaan huomioon varmimmin: ei normaalisti yli A4, mieluiten vajaa sivu
- Selkeä, konstailematon ja ytimekäs: vältä pitkiä lauseita ja lauseenvastikkeita sekä sivistyssanoja. Tarkista kieliasu, faktat ja tittelit.
- Sähköinen toimitustapa on varmin. Jakelulistat on viestinnästä vastaavilla henkilöillä hyvä olla valmiina, kun tiedottamisen tarve tulee. Osoitteet piilokopioksi.
- Tiedotteeseen merkintä lisätietojen antajasta, joka vastaa puhelimeen ja seuraa sähköpostiaan.
- Tiedotteeseen voi laittaa liitteeksi painokelpoisen kuvan.

Parhaimmillaan hyvä tiedote tai kannanotto on valmis uutinen julkaistavaksi sellaisenaan!

Voit myös paikallislehden toimituksen kanssa sovitusti tehdä esimerkiksi tilaisuudesta kertovan tiedotteen myös uutisjutun muotoon.

Hyvässä uutisjutussa

- naseva otsikointi vetää lukijan huomion puoleensa
- huolella työstetty ingressi imaisee lukijan
- huolella valitut kuvat tehostavat kiinnostavuutta ja huolella laaditut kuvatekstit varmistavat sanoman läpimenon;
- huolella rakennetut väliotsikot vievät lukijaa eteenpäin
- kaikkien tekstintekijöiden ja erilaisten lainausten alkuperien ilmaiseminen, tekijänoikeusnäkökohtien ehdoton kunnioittaminen ja muun journalismin etiikkaan ja säännöstöihin liittyvien normien täyttäminen varmistaa ammattimaisen lopputuloksen.

Kuvat

Netissä julkaistut kuvat eivät yleensä kuitenkaan riitä tarkkuudeltaan/kooltaan lehdissä painettaviksi. Siksi huolehdi, että painotuotetta varten lähettämäsi kuva on tiedostokooltaan vähintään 1 Mt (ja resoluutioltaan on minimissään 170dpi). Tosin hätätapauksissa voivat pienemmätkin tiedostot kelvata.

Tiedotusmateriaali

Tiedotteen tueksi voi koota aiheeseen liittyvää ja sitä syventävää aineistoa, jolla voidaan helpottaa toimituksen työtä. Jos tiedottaminen liittyy vaikkapa johonkin henkilövaaliin, esimerkiksi puheenjohtajan valintaan, tiedotusaineiston liitteiksi on luontevaa koota ehdokkaiden CV:t ,oikeiksi tarkistetut ansioluettelot.

Lähetä tiedote/kannanotto/uutisjuttu ja kuvat sähköpostitse

- toimituksen yhteisosoitteeseen, jos kyseessä on pieni lehti muu pieni media
- tutulle toimittajalle, jos henkilökohtaisesti tunnet sopivan henkilön
- uutispäällikölle tai toimitussihteerille (isot mediatalot)
- tietylle toimitusosastolle tilanteen mukaan (esim. kotimaan uutisiin, politiikan toimitukseen, kunnallistoimitukseen)
- voit soittaa perään ja varmistaa, että lähettämäsi aineisto on löytänyt tiensä perille ja tullut huomioiduksi

Kaikki julkisuuteen tarkoitetut tiedotteet on tarpeen lähettää tiedoksi myös sisäisenä viestintänä muille keskeisille vastuuhenkilöille (piirissä tai osastossa).

Monet tiedotteet päätyvät roskakoriin esimerkiksi seuraavista syistä:

- se on liian kevyt, siinä on liian vähän asiatietoa eikä se sisällä riittävän kiinnostavaa uutista
- tiedotteen tekstisisältö vaatii vastaanottavan median mielestä niin paljon toimittamista, että siihen ei jakseta, ehditä tai haluta ryhtyä
- asia ei tilan- tai ajanpuutteen vuoksi yksinkertaisesti mahdu mukaan
- aihe on jo ehtinyt saada julkisuutta eikä siinä ole uutta näkykulmaa
- on hyvä muistaa, että jo eri vuodenajat ovat viestien läpi menon kannalta hyvin erilaisia: esimerkiksi heinäkuussa saattaa päästä sekä uutissivuille että yleisönosastoille paljon helpommin kuin uutistarjonnaltaan vilkkaina kevät- tai syyskuukausina.

Yhteiskunnallinen mielipidekirjoittelu ja blogit

Hyvä kirjoitus ei koskaan synny lonkalta. Se edellyttää käsillä olevan asian painoarvon ja kiinnostavuuden puntarointia, asiatietojen huolellista keräämistä, aineiston analysointia ja jäsentämistä ja lopulta kiinnostavaan kirjalliseen muotoon saattamista. Jos ajatus kulkee, kulkee kirjoituskin.

Pohdi: Onko tiedotteen pohjalta mahdollista tehdä esimerkiksi mielipidekirjoitusta? Voisitko löytää kannanoton tai mielipidekirjoituksen aiheita paikallistasolle vaikkapa puoluehallituksen tai eduskuntaryhmän kannanottojen pohjalta?

Millainen on hyvä mielipidekirjoitus?

- Ajankohtainen aihe, johon sinulla on 1-3 näkökulmaa. Reagoi nopeasti.
- Ensimmäisestä kappaleesta ja otsikosta käy ilmi kirjoituksen keskeinen viesti. Painavin asia ja väite kuuluvat kirjoituksen alkuun, perusteluja voit lisätä sen jälkeen.

- Vältä itsestäänselvyyksiä ja yleisiä totuuksia. Käytä vain tarkasti harkiten suuria sanoja (elämä, maailma jne...) Käytä ymmärrettävää, arkista ja toisia kunnioittavaa kieltä.
- Kirjoitukseen sisältyy konkreettinen ehdotus.
- Tiivis kirjoitus julkaistaan ja luetaan varmimmin. Hyvä pituus on 800- 1500 merkkiä.
- Jos kirjoitus on pitkä, sen laatuvaatimus nousee. (Yli 2000 merkkiä on ehkä turha lähettää.) Pitkään kirjoitukseen on hyvä sisältyä viittaus muualla samasta aiheesta käytyyn keskusteluun tai esimerkki elävästä elämästä. Keskustelu on julistamista mielenkiintoisempaa luettavaa. Näkökulmia edelleen 1-3, ei enempää, mutta perusteluja voi olla enemmän. Jos kirjoitus paisuu, mieti, onko siinä ainekset useampaan mielipidekirjoitukseen. Tai sitten: "Kill your darlings."
- Allekirjoitus omalla nimellä, (tittelillä) ja puoluetunnuksella. Käytä titteliä harkiten.
- Noudata lehden antamia neuvoja kirjoituksen toimitustavasta. Sähköinen toimitustapa on varmin.

Vastine:

- Muista palautteen mahdollisuus. Keskustelupalstalla voi olla keskustelua.
- Harkitse vastineen tarpeellisuutta tarkkaan. Mikäli päädyt vastineeseen, kiitä vastapuoltasi, mieti, oletko jostain asiasta hänen kanssaan samaa mieltä ja mainitse se ja käytä tilaisuus oman näkemyksesi entistä selkeämpään perusteluun. Älä toista omassa vastineessasi sinuun kohdistettua negatiivista viestiä. Älä provosoidu, jos provosoidaan.

Mitä tärkeämmästä tekstistä on kyse, sitä suositeltavampaa on antaa juttu usean asiantuntevan esiarvioitsijan ennakkoluentaan. Kritiikki voi joskus olla väärässäkin, mutta hyvin usein sen seasta löytyy myös rakennuspuita entistä parempaan tekstiin.

Millainen on hyvä kannanotto?

- Kannanotto on sukua mielipidekirjoitukselle: Ajankohtainen aihe, johon on 1-3 näkökulmaa. Nopea reagointi madaltaa julkaisukynnystä. Samat ohjeet pätevät kannanottoon kuin mielipidekirjoitukseenkin.
- Kannanoton tueksi voi esittää jotakin faktatietoa, joka on tarkistettava.
- Kannanottoon merkintä lisätietojen antajasta, joka vastaa puhelimeen ja seuraa sähköpostiaan.

Haastattelut

Haluamme, että kristillisdemokraattien viestinnän keskeisiä laatutakuita ja tunnusmerkkejä ovat hyvät lähtötiedot, selkeät kannanotot ja yksiselitteiset

vastaukset. Kristillisdemokraatit perustelevat näkemyksensä niin, että jokainen ihminen elämänsä katsomuksesta riippumatta voi ymmärtää perustelut.

Tämä merkitsee, että KD:n edustajat:

- vastaavat kun heiltä kysytään.
- vastaavat siihen mitä kysytään.
- vastaavat niin että ns. tyhmemmänkin on helppo ymmärtää.
- perustelevat kantansa napakasti ja yksiymmärteisesti.
- eivät yritä teeskennellä tietävänsä, jos he eivät tiedä.

Kristillisdemokraatti ei puhu tavalla, joka on omiaan johtamaan harhaan tai aiheuttamaan vahinkoa. Pyrimme perustelemaan kantamme tiedoilla, joiden todenperäisyyden olemme varmistaneet ja annamme oikean kuvan tekemisistämme.

Haastateltavan ja haastattelijan oikeudet Journalistin ohjeissa

17. Haastateltavalla on oikeus saada ennakolta tietää, millaisessa asiayhteydessä hänen lausumaansa käytetään. Hänelle on myös kerrottava, jos haastattelua voidaan käyttää useissa eri välineissä. Haastateltavalle pitää aina kertoa, onko keskustelu tarkoitettu julkaistavaksi vai ainoastaan tausta-aineistoksi.

18. 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.

19. Haastateltavan kieltoon julkaista lausumansa tulee suostua vain, jos olosuhteet ovat haastattelun antamisen jälkeen muuttuneet niin olennaisesti, että julkaiseminen olisi selvästi kohtuutonta.

Virheen korjaus ja oma kannanotto

20. Olennainen asiavirhe on korjattava viipymättä ja niin, että se tavoittaa mahdollisimman kattavasti virheellistä tietoa saaneen yleisön. Korjaus on julkaistava sekä tiedotusvälineen toimituksellisilla verkkosivuilla että julkaisussa tai kanavassa, jossa virhe on alun perin ollut.

Korjauksen huomioarvo on suhteutettava virheen vakavuuteen. Jos jutussa on useita asiavirheitä tai jos virheestä voi aiheutua suurta vahinkoa, toimituksen tulee julkaista uusi juttu, jossa virheellinen tieto yksilöidään ja korjataan.

Verkossa olennaisen virheen korjaamiseksi ei riitä virheellisen tiedon tai jutun poistaminen, vaan yleisölle on kerrottava virheestä sekä miten ja milloin se on korjattu.

Tiedotusvälineen on suotavaa tehdä yleisölle selväksi ne käytännöt ja periaatteet, joiden mukaan se korjaa virheensä.

21. Jos selvästi tunnistettavissa olevan henkilön tai tahon toiminnasta aiotaan esittää tietoja, jotka asettavat tämän erittäin kielteiseen julkisuuteen, kritiikin kohteelle tulee varata tilaisuus esittää oma näkemyksensä jo samassa yhteydessä.

22. Ellei samanaikainen kuuleminen ole mahdollista, voi erittäin kielteisen julkisuuden kohteeksi joutunutta olla tarpeen kuulla jälkeen päin. Jos näin ei tehdä, hyvään tapaan kuuluu julkaista hänen oma kannanottonsa.

23. Kannanotto on puheenvuoro, joka on syytä julkaista mahdollisimman nopeasti ilman sen yhteyteen liitettyjä asiattomia lisäyksiä.

24. Tavanomainen kulttuurikritiikki, poliittinen, taloudellinen tai yhteiskunnallinen arviointi sekä vastaavan muun mielipiteen esittäminen ei kuitenkaan synnytä oikeutta kannanottoon.

25. Ellei kannanotto ole julkaisukelpoinen, sen korjaamisesta on syytä neuvotella laatijan kanssa. Vaikka yksimielisyyteen ei päästäisi, olennainen sisältö on suositeltavaa julkaista asiallisessa muodossa.

KD:n kriisiviestinnän ohjeet

Kriisiviestinnän tarve voi kohdata milloin tahansa. Puolueen kriisin paikkoja voivat olla kärjistynyt poliittinen kysymys, puolueen talouteen liittyvät sotkut tai jonkin aktiivitoimijan sopimaton käytös. Kriisiviestinnässä ”kaikki eivät viesti”, vaan on ennalta määriteltävä, ketkä antavat viestiä ulospäin medialle ja miten puretaan sisäistä tilannetta. Hallitsematon avoimuus voi pahentaa kriisiä.

Kriisiviestinnässä pitää toimia nopeasti, vilpittömästi ja pyrkiä vuoropuheluun kriisin osapuolten kanssa. Ensimmäisistä kriisiuutisista usein rakentuu se kuva, joka asiasta muodostuu. Jos kriisin kohde ei anna tietoa, huhut ja väärät tiedot leviävät.

Kriisitilanteissa tarvitaan oikeata tietoa kumoamaan esimerkiksi mediassa oleva mahdollinen väärä tieto. Silloin kun ollaan syyllisiä, ainoa toimiva strategia on syyllisyyden tunnustaminen.

On tärkeää tiedottaa rehellisesti, kertoa samaa tietoa kaikille medioille, mutta pitää myös muistaa, että kaikkea yksityisyyden suojaan kuuluvaa tietoa ei voi antaa julkisuuteen. Esimerkiksi tietoa puolueen jäsenyydestä tai jäsenyyteen kuulumattomuudesta ei saa kertoa eteenpäin ilman henkilön omaa lupaa.

Kriisitilanteessa yleisö näkee organisaation inhimillisenä toimijana, jonka odotetaan tuntevan, kärsivän, katuvaan, nöyrytyvän ja pyytävän anteeksi niin kuin hyvät ihmiset tekevät. Kriisitilanteessa yleisö odottaa ymmärrystä, osanottoa ja myötätuntoa, ei lakipykälää, prosenttilukuja tai asiantuntijalausuntoja.

Viestijät eri kriisitilanteissa

Piiri- tai paikallistasolla syntymässä olevasta tai syntyneestä kriisistä tulee aina informoida puolueen puheenjohtajaa ja puoluesihteerä mahdollisimman nopeasti. Yhdessä muodostetaan tilannekuva, kerätään viestintää varten tarvittavat taustatiedot sekä käydään lävitse kriisiviestin sisältö. Tällöin myös sovitaan, vastaako mahdollisiin median kysymyksiin paikallistason vastuhenkilö, kuten piirin tai paikallisosaston puheenjohtaja vai hoidetaanko viestintä asiassa puolueetasolla. Pääsääntöisesti paikallistason kriisitilanteissa viestintä hoidetaan paikallisen vastuhenkilön kautta ja valtakunnan median lähestyessä puolue toimiston kautta. Jälkimmäisessä tilanteessa voi sanoa esimerkiksi, että ”olemme puolueessa sopineet, että puoluesihteerä vastaa tätä asiaa koskeviin yhteydenottoihin” ja antaa kohteliaasti oikeat yhteystiedot.

Puolueen puheenjohtajan sotkemista ikävien kriisien ”tiedotuskasvoksi” pyritään välttämään ja siksi puoluesihteerä hoitaa pääsääntöisesti puoluetta koskevan kriisitiedottamisen. Puheenjohtaja arvioi itse milloin hänen on välttämättä otettava kantaa syntyneeseen kriisiin. Eduskuntaryhmää koskevista kriiseistä tiedottamisesta vastaa ryhmän puheenjohtaja yhteistoiminnassa pääsihteerin kanssa.

Tiedotustilaisuudet

Kynnys tiedotustilaisuuden järjestämiseen on korkea. Tiedotustilaisuuksien järjestäminen on sähköisten viestintätapojen lisääntyessä ja medioiden resurssien pienentyessä vähentynyt. Paikallisella tai piiritasolla voi syytä tiedotustilaisuuksien järjestämiseen ole kuin harvoin. Tiedotustilaisuuden voi järjestää esimerkiksi kun:

- kyseessä on uutinen, jolla on eittämätöntä julkisuusarvoa (esimerkiksi vaihtoehtobudjetti, työllisyysohjelma, harkittu säästösuunnitelma)
- kyseessä on merkittävä henkilöuutinen (ehdokkuuden julkistaminen tai valinta johtotehtävään) tai paikalla on arvostettu asiantuntija tai julkisuuden henkilö

Tiedotustilaisuuksia ei kannata järjestää kovin aikaisin mutta ei myöskään myöhään. Yleensä parhaat ajankohdat löytyvät klo 11-14 väliltä. Parhaita viikonpäiviä ovat tiistai, keskiviikko ja torstai. Tilan ei pidä olla liian iso. Tiedotustilaisuudella tulee olla selkeä ohjelma: se ei voi olla epämääräistä sanailua. Yleensä jo puoli tuntia riittää. Mahdollinen kahvi- tai lounastarjoilu on hyvä mainita kutsussa. Normaalisti kutsu on hyvä lähettää ensin ajoissa esimerkiksi viikkoa ennen ja myöhemmin paria päivää ennen tilaisuutta. (Yllättävissä ja mielenkiinnoltaan suurissa uutistilanteissa kutsu voidaan lähettää jopa samana päivänä.)

Tilaisuuden rakenteessa on tavallisesti neljä päävaihetta:

- tervetuloa: vieraat toivotetaan tervetulleiksi, isännät ja puhujat esitellään
- tiedotusvaihe: tilaisuuden teemapuheenvuorot ja mahdollisen tiedotusaineiston esittely
- kysymyksiä & vastauksia – osuus: alustaja(t) vastaa(vat) median edustajain kysymyksiin
- jälkihaastattelut: usein mediain edustajat haluavat tilaisuuden mediakohtaiseen erillishaastatteluun. Tämä tapahtuu yleensä nopeimmin ja sujuvimmin heti tiedotustilaisuuden yhteisen osuuden päätyttyä
- olethan kohtelias ja palvelualtis. Esittele itsesi ja huolehdi myös siitä, että itse tiedät, minkä medioiden edustajat ovat paikalla.
- varmista, että tilaisuuden aiheeseen liittyvä tiedotusaineisto on näkyvällä paikalla ja helposti kaikkien ulottuvilla
- lähetä aineisto heti tiedotustilaisuuden jälkeen sähköisesti kaikkiin niihin medioihin, jotka olet kutsunut tilaisuuteen.
- seuraa, missä tiedotusvälineissä asiasta kerrotaan ja millä tavalla. Käytä apuna sähköisiä palveluja, kuten www.ampparit.com

Median työskentelytila

- Jos kyseessä on puoluekokous tai vastaava, jota toimittajat jäävät seuraamaan pidemmäksi aikaa, on suositeltavaa perustaa erityinen lehdistöhuone, joka varataan medioiden työskentelytilaksi. Tilassa on huolehdittava työpöytien ja sähköpistokkeiden riittävydestä. Tarjolla on hyvä olla kahvia, teetä, ja virvokkeita - mahdollisuuksien mukaan myös pieniä välipaloja.
- kaikki ohjelmanmuutokset, aikataulumuutokset ja muut tapahtuman yleiseen kulkuun liittyvät tiedot on välitettävä tiedoksi median työskentelytilaan. Sieltä on löydyttävä myös tapahtuman viestinnästä vastaavien yhteystiedot, joiden puoleen voi kääntyä kaikissa

Esitteet

Hyvä esite tarjoaa hyödyllistä ja helposti avautuvaa informaatiota halutusta asiasta, se on persoonallinen, ilmaisuvoimainen, uskottava ja ihmisläheinen painotuote. Esitteen suunnittelu ja painattaminen maksaa aina varsin paljon rahaa. Eniten kuitenkin maksaa tilanne, jossa esite päättyy keräämään pölyjä varastohuoneen hyllyllä, joten tehokkaan jakelun suunnitteleminen on projektin hyötysuhteen kannalta yhtä tärkeä asia kuin esitteen sisältö.

Tekstin suunnittelussa tärkeintä on tavoittaa kiinnostavuus, luettavuus ja mahdollisimman suuri yksiymmärteisyys. Teksti on jäsenneltävä luontevasti. Sen on edettävä jouhevasti. Se on otsikoitava ja väliotsikoitava kiinnostusta herättävästi.

Kirjaintyyppi on valittava niin, että se palvelee tehtävässään mahdollisimman hyvin. Luettavuus on aina tärkeämpi kuin vaikkapa muodikkuuden tavoittelu. Muotitrendejä tulee ja menee: todelliset asiat pysyvät. Liioin ei kannata ottaa käyttöön liian monia eri kirjaintyyppejä. Yhdessä ja samassa painotuotteessa ei yleensä kannata käyttää kuin korkeintaan 1-2 kirjaintyyppiä. Pistekoon määrittelyssä luettavuus on jälleen tärkein asia. Esitteissä tavallisimmat runkotekstien pistekoot ovat 12-14 pistettä.

Yksi hyvä kuva on tehokkaampi ja vaikuttavampi kuin monta pientä kuvaa. Tehokas kuva yleensä poikkeaa jollakin tavoin massasta, kuvien valtavirrasta. Siinä on jännitettä, latausta, tarinaa. Henkilökuvista parhaita ovat persoonalliset lähikuvat tai henkilön elämänkatsomusta, harrasteita tms. viestivät tilannekuvat. Poliittisviritteisissä painotuotteissa henkilökuvat ovat mielellään sellaisia, joissa kuvan kohdehenkilö katsoo suoraan kameraan (= lukijaa suoraan silmiin).

Jos esitteelle halutaan tavallisuudesta poikkeava ilmiasu, kannattaa aina tukeutua ammattisuunnittelijaan.

Ilmoittelu

Ilmoitusten suunnittelu on usein vielä vaativampaa kuin esitesuunnittelu: ilmoitustila on yleensä aina paljon rajatumpi kuin pieninkään esite. Jokainen millimetri maksaa. Ja silti olisi yritettävä sanoa jotakin mielekästä, jotakin kiinnostavaa, jotakin innostavaa, jotakin massasta erottuvaa.

Ehdokasnimien ja ehdokasnumeroiden sijoittelussa on tärkeintä pyrkiä toimimaan mahdollisimman luontevasti: mitä vähemmän tilaa, sitä tärkeämpää on keskittyä vain kaikkein olennaisimpaan. Nimi ja numero ovat toki aina ykkösasioita. Mahdolliset tilaisuustiedot pitää ilmaista mahdollisimman kiteytetysti mutta kuitenkin unohtamatta jotain tärkeää, kuten vaikkapa kaupungin tai kunnan nimeä, jossa tilaisuus järjestetään.

Mitä enemmän tilaa, sitä enemmän mahdollisuuksia ilmoitusten sisällölliseen maustamiseen. Sanaleikit ja muut tekstilliset tehokeinot ovat sallittuja, jos ne lisäävät esimerkiksi otsikoinnin kiinnostavuutta - ja pysyvät hyvän tyylitajun rajoissa.

Moni ehdokas järjestää ennen vaaleja toritapahtumia ja muita ulkoilmatilaisuuksia. Tässä esimerkki kutsuilmoituksesta:

Torilla tavataan!

Lohjan torilla lauantaina 15.2. klo 10-12

KD-teltalla lettuja ja jutustelua Sinulle tärkeistä asioista.
Tervetuloa!

Tarja Pitkänimi

Ehdokasnumero, KD-logo

Keittopata porisee, lauantaitori kutsuu!

Tule Lahden Keskustorille lauantaina 15.2. klo 10 – 12. Padassa porisee hernerokkaa ja yhteisessä keskustelussa hämmennellään Sinulle tärkeitä teemoja.

Tarja Pitkänimi

Titteli, ehdokasnumero, KD-logo

KD-logoa tulee käyttää niin ilmoittelussa, kirjeissä, esitteissä kuin muissakin painotuotteissa. Se luo yhtenäisyyttä. Nykyisin käytössä olevat logot ja graafinen ohjeisto löytyvät puolueen nettisivustolta www.kd.fi -> Osallistu -> Puolueen materiaali -> Logot

<https://www.dropbox.com/sh/176qc2sqgg3i2w2/AABzbTJ0wWjjKAB78fEJpPTda?dl=0>

Vanhoja logoja ei tule käyttää.

KD-logon värikoodit:

Sininen PMS 2935C / CMYK: C=100, M=40, Y=0, K=0 / RGB: R1, G53, B165

Oranssi: PMS 1375C / CMYK: C=0, M=50, Y=100, K=0 / RGB: R255, G147, B4

Valkoinen: RGB: R255, G255, B255

Verkkotiedotus

Sähköinen viestintä netissä on välttämätön ja koko ajan yhä keskeisempi osa poliittista viestintää. Poissaolo verkosta huomataan. Internet aktivoi poliittisesti. Vaalikoneita ja ehdokassivuja tutkivat monet sellaisetkin, jotka eivät käy vaalitulaisuuksissa eivätkä välttämättä seuraa päivän politiikkaa tiedotusvälineistä. Facebook, Twitter, Instagram, Youtube sekä erilaiset nettiblogit ja nettilehtien mielipide- ja keskustelupalstat ovat yhteiskunnallisen keskustelun ydinpaikkoja. Tutustu näistä enemmän KD:n some-oppaasta.

Puolueiden ja niiden jäsenjärjestöjen sekä poliittisten toimijoiden verkkosivut on tärkeä olla olemassa. Puolue tarjoaa osastoille ja piirijärjestöille ilmaisen vakimuotoisen Wordpress -sivupohjan, jossa sivuston osoitteeksi tulee xkunta.kd.fi.

Netti on yhä useammalle ehdokkaalle se kanava, josta äänestäjät parhaiten saavat tietoa ehdokkaasta ja hänen tavoitteistaan, toki myös puolueiden toiminnasta ja niiden linjasta. On hyvä, että ehdokkaalla on oma domain. Niitä voi ostaa myös hyvin edullisesti etenkin .net –muotoisena. Suosittelemme osoitteita www.etunimisukunimi.net tai www.etunimisukunimi.fi . Mikäli sukunimi on harvinainen, voi saada osoitteen myös pelkästään sillä.

Ehdokaskohtaiset nettisivustot ovat perusrakenteeltaan yleensä varsin samanlaisia. Niissä on henkilöesittelyä enemmän ja vähemmän muodollisesti, tavoitteita, puheita ja kirjoituksia sekä kalenteri- ja yhteystietoja. Yhä enemmän halutaan tietää myös ehdokkaitten harrastuksista ja elämänhistoriasta. Omaleimaisuus on aina etu.

Painopiste verkossa on siirtynyt perinteisistä nettisivuista yhä enemmän sosiaalisen median ja verkkouutismedioiden sivustoille sekä kuva- ja videopalveluihin.

Blogien ja videoblogien kautta on helppo kertoa niin omasta arjestaan kuin poliittisista tavoitteistakin siten, että tavallinen lukija jaksaa paneutua. Oman blogin voi perustaa maksutta esim. www.uusisuomi.fi -blogisivustolle, josta sen voi sitten linkittää osaksi muuta kotisivustoa. Videopätkiä voi kuvata kotikonstein ja laittaa linkiksi esimerkiksi kotisivuille, Facebookiin tai perustaa oman Youtube-tilin.

On hyvä, että sivuilta löytyy jotain kivaa ja persoonallista. Turhaan kikkailuun ei kuitenkaan kannata sortua. Olennaisinta on verkkosivujen ja somekanavien aktiivinen päivitys. Jos sitä ei hoida, ovat sivutkin väistämättä varsin tylsät. Siksi kannattaa hankkia järjestelmä, jota kykenee itse helposti päivittämään, ellei sitten tukiryhmästä löydy aktiivista päivittäjää.

Suhdetoiminta

Suhdetoimintaa voidaan käyttää haluttujen painotusten vahvistamiseen ja toisaalta väärien painotusten, erheellisten ja muulla tavoin epäedullisten tulkintojen oikaisemiseen. Paras tapa harjoittaa suhdetoimintaa on luonteva ja jatkuva henkilökohtainen yhteydenpito. Makeilu ja mielistely eivät johda mihinkään, ei liioin pyyteellisyys, joka näyttäytyy vain omien tarkoitusperien ajamisena.

Esimerkkejä suhdetoiminnasta:

- kiitetään viime tapaamisesta, vierailusta, lahjasta, huomionosoituksesta tai vaikkapa hyvästä mediajutusta, onnitellaan hyvästä vaalituloksesta tms. Se että puolue tai piiri muistaa aktiivijäsentään esimerkiksi tämän merkkipäivänä, on konkreettinen tapa osoittaa, että henkilöä ja tämän antamaan panosta arvostetaan.
- joulutervehdykset, vuosipäiväonnittelut henkilölle tai yhteisölle
- jos puolue, piiri tai osasto julkaisee tavallista näyttävämmän esitteen, kirjan, historiikin, kuva- tai äänitallenteen tai muun jakeluun soveltuvan aineiston, materiaalin lähettäminen valikoiduille vastaanottajille
- Erilaiset sisäiset tilaisuudet vahvistavat me-henkeä ja antavat luontevan mahdollisuuden viestiä puolueen ajankohtaisista kuulumisista.

Puheet ja niiden pitäminen

Hyvä puhe on sellainen, joka saa kuulijansa vaivihkaa kurkistamaan kelloonsa. Ei siksi, että *”...eikö se (puhe) lopu koskaan!”*. Vaan siksi, *”...että joko se nyt loppui!”* Paras spontaani(lta vaikuttava) puhe on sellainen, joka kaikkein huolellisimmin valmisteltu. Jännittämisestä ei tarvitse olla huolissaan: jokainen puhuja jännittää.

Kielen lipsahduksista, sanojen hetkellisestä tapailusta, oikeimman ilmaisun haeskelusta ei kannata eikä saa hermostua: kyse on ihmisen puheesta ihmisille, ei koneen puheesta toisille koneille. Mitä enemmän puheessa on tarinaa, mitä enemmän siinä on henkilökohtaista heittäytymistä ja persoonallisia sävyjä, sitä varmempi on kuulijakunnan jakamaton huomio.

Hyvän puhujan ulkoiset tunnusmerkit

- asiat hallinnassa, asiantuntemus selvästi kohdallaan
- uskottava, liioittelematon sanankäyttö, hyvät perustelut
- näkyvä innostus saa myös kuulijakunnan innostumaan
- ei ylhäältä, ei alhaalta, vaan samalta tasolta, ihmisläheisesti

- asianmukainen asu, sujuvat tekniset valmiudet (mikrofonien koputtelu, piirtoheittimen käyttökatkaisimen etsiskely, kalvojen asettelu väärinpäin, yms. vievät helposti pohjan muuten täysin hyväksyttävältä esitykseltä)
- hyvä ajankäytön taju

Puhe on aina kaari, joka alkaa jostakin ja päättyy jonnekin. Se on sekoitus ennakoitavuutta (puheen aihe kuulijoiden tiedossa) ja ennakoimattomuutta (kuulijat eivät tiedä täsmälleen millä tavalla, mistä näkökulmasta, millaisin omakohtaisin viittauksin, millaisin loppupäätelmin puhuja operoi). Sovinnaisten mallien murtaminen on usein paljon tehokkaampi vaikutuskeino kuin paraskaan vakiokaavojen noudattaminen.

Malliaineistoja:

Sähköpostin otsikkokentässä: Asmo Maanselkä jatkaa KD:n puoluesihteerinä

Suomen Kristillisdemokraatit r.p.
Tiedote 28.11.2015

Asmo Maanselkä jatkaa KD:n puoluesihteerinä

Kristillisdemokraattien puoluesihteerinä jatkaa Asmo Maanselkä, 34. Kristillisdemokraattien puoluevaltuusto valitsi puoluesihteerin kaksivuotiskaudelle tänään 28.11. Vantaalla yksimielisesti. Toisena ehdokkaana oli terveydenhuollon maisteri Piia Flink-Liimatainen, 38, Äänekoskelta.

Vuodesta 2011 puoluesihteerinä toiminut Maanselkä on koulutukseltaan yhteiskuntatieteiden maisteri sekä kauppatieteiden maisteri. Aiemmin Maanselkä on toiminut Kristillisdemokraattien viestintäpäällikkönä, kansanedustajan avustajana, puolueen varapuheenjohtajana, nuorisojärjestön puheenjohtajana sekä Jyväskylän kaupunginvaltuutettuna.

Yhteys: Asmo Maanselkä p. 044 511 2236, asmo.maanselka@kd.fi, www.kd.fi

TIEDOTE 10.12.2014

KD ja PS vaaliliittoon - Pirkka Aalto KD:n eduskuntavaaliehdokas Lapissa

Kristillisdemokraatit ovat hyväksyneet vaaliliiton Perussuomalaisten kanssa ensi kevään eduskuntavaaleihin Lapin vaalipiirissä. Vaaliliitossa KD:llä on yksi ehdokas: FM, biologian ja maantiedon lehtori **Pirkka Aalto** (45) Kemijärveltä. Pirkka Aalto toimii nykyisin mm. Kemijärven kaupunginvaltuutettuna, valtuuston 4. varapuheenjohtajana sekä Kemijärven kirkkovaltuuston jäsenenä.

- Lähden tekemään työtä niin Lapin ihmisten kuin ympäristönkin puolesta. Maaseutu tulee jatkossakin pitää elinvoimaisena ja koko Suomi asuttuna, eduskuntavaaliehdokas Pirkka Aalto kertoo tavoitteistaan ja arvoistaan.

Kristillisdemokraatit tavoittelevat nyt tosissaan kansanedustajan paikkaa Lapin vaalipiirissä.

- Vaaliliiton syynä on piilevä äänikynnys. Vaaliliiton ansiosta meillä on ensi kertaa vuosikymmeniin mahdollisuuksia eduskuntavaaleissa, KD:n Lapin piirin puheenjohtaja **Ossi Karjalainen** perustelee vaaliliittoa.
- Vaaliliitto tulee todennäköisesti saamaan kaksi paikkaa, ja me taistelemme ainakin ehdokaslistan kakkospaikasta. Nyt jokainen ääni KD:lle ratkaisee, että Pirkka Aallosta saadaan kansanedustaja Lapin vaalipiiristä, kertoo Lapin piirihallituksen kokouksessa mukana ollut puolueen järjestöpäällikkö **Mikko Rekimies**.

Piirihallituksen kokouksessa valittiin myös uusi piirisihteeri **Tauno Häkkinen** Keminmaasta sekä piirin vaalipäälliköksi **Raimo Miettunen** Rovaniemeltä.

Lisätietoja:

Pirkka Aalto pirkka.aalto@kd.fi puh 040 557 5346 www.pirkkaaalto.fi

KD:n Lapin piirin pj. Ossi Karjalainen ossi.karjalainen@kd.fi puh 044 257 4135 www.kd.fi/lappi

KD:n järjestöpäällikkö Mikko Rekimies mikko.rekimies@kd.fi puh 044 552 5030 www.kd.fi

Liitteenä ehdokkaan vaalikuva

Sähköpostiviestin otsikkokentässä: KD Helsinki: Uuden keskustakirjaston eteen hankittava patsas

Suomen Kristillisdemokraattien Helsingin piiri ry
Kevätkokouksen kannanotto 8.5.2015

Uuden keskustakirjaston eteen hankittava patsas

Suomen Kristillisdemokraattien Helsingin piiri esittää kevätkokouksessaan, että kirjastotalon eteen hankitaan kansallisesti ja kulttuurillisesti arvostetun henkilön patsas. Helsingin KD ehdottaa suomen kirjakielen perustajan ja kehittäjän, Mikael Agricolan tai vaihtoehtoisesti kansakoululaitoksen perustajan, Uno Cygnaeuksen patsasta.

Helsingin kaupunki on päättänyt rakennuttaa uuden kirjastotalon palveluineen Töölönlahden rannalle upealle paikalle. Kirjaston on tarkoitus palvella kaupunkilaisia vauvasta vaariin ja muualta tulevia matkailijoita monipuolisesti erilaisin toiminnoin. Kirjasto voisi todella toimia yhteisenä olohuoneena kansalaisille.

Lisätietoja: Piirin puheenjohtaja Tuulikki Tepora, p. 040 507 2895, tuulikki.tepora@kd.fi

Sähköpostin otsikkokentässä: Essayah ja Östman odottavat lisätietoja: ”Tärkeää että ratkaisu syntyi”

Puolueen puheenjohtaja Sari Essayah
Eduskuntaryhmän puheenjohtaja Peter Östman
Kristillisdemokraattien Etelä-Pohjanmaan piirin syyskokous, Vaasa

Tiedote 7.11.2015
Julkaisuvapaa heti

Essayah ja Östman odottavat lisätietoja sote-ratkaisusta
”Tärkeää että ratkaisu löytyi”

Kristillisdemokraattien puheenjohtajan Sari Essayah’n mielestä on hyvä, että sote-asiassa päästiin eteenpäin, vaikka esitetty ratkaisu kuulostaa enemmän sekavalta poliittiselta kompromissilta kuin että se nojaisi mihinkään asiantuntijanäkemykseen.

Essayah haluaa saada hallituksen kompromissiratkaisusta tarkempaa tietoa ennen kuin kommentoi täsmällisemmin.

-Kompromissi, jossa sote-palveluita järjestetään 15 alueen puitteissa, vaikka itsehallintoalueita perustetaan 18, vaikuttaa melko monimutkaiselta. Kuitenkin sote-palvelujen laadukkaan ja tehokkaan järjestämisen kannalta pienempi määrä on asiantuntijoiden näkemyksen mukaan parempi.

Kristillisdemokraattisen eduskuntaryhmän puheenjohtajan Peter Östmanin mielestä sote-alueiden määrä ei ole uudistuksessa ainut ratkaisevaa asia, vaan sisältö kokonaisuudessaan.

- On vielä hankala kommentoida esityksen kokonaisuutta, sillä ei ole saatu tarkkaa tietoa esimerkiksi siitä, mitkä ovat ne kolme maakuntaa, jotka joutuvat tekemään yhteistyötä.
- Tärkeintä kuitenkin on, että Sote-uudistus saatetaan loppuun niin, että lähipalvelut, laadukas hoito ja parhaan asiantuntemuksen hyödyt asiakkaille turvataan koko maassa, Östman totesi.

Essayah ja Östman osallistuivat KD:n Etelä-Pohjanmaan piirin syyskokoukseen lauantaina 7.11. Vaasassa.

Yhteys: Sari Essayah p. 0400 252 999, Peter Östman p. 050 512 1845

Sähköpostin otsikko: Kaj Klinga Raaseporin KD:n uudeksi puheenjohtajaksi

**Kristillisdemokraattien
Raaseporin paikallisosasto**
Syyskokouksen tiedote 4.12.2015

Kaj Klinga Raaseporin KD:n uudeksi puheenjohtajaksi

Kristillisdemokraattien Raaseporin osaston syyskokous valitsi vuodelle 2016 osaston uudeksi puheenjohtajaksi Kaj Klingan Karjaalta. Osaston varapuheenjohtajaksi valittiin Jan Tunér Tammisaaresta ja sihteeriksi Eija Kemppi Karjaalta.

Torstaina Tammisaarella pidetyssä kokouksessa vierailivat KD:n eduskuntaryhmän pääsihteeri Merja Eräpolku ja puolueen järjestöpäällikkö Mikko Rekimies. Keskusteluaiheina oli kaksikielisen osaston toiminnan kehittäminen ja mm. turvapaikanhakijoihin liittyvät kysymykset.

Yhteys: KD:n järjestöpäällikkö Mikko Rekimies, mikko.rekimies@kd.fi, puh 044 552 5030

Sähköpostin otsikkokentässä: KUTSU Essayah lauantaina Oulussa

Kutsu / Tiedote 19.11.2015

KD:n puheenjohtaja Sari Essayah lauantaina Oulussa

Kristillisdemokraattien puheenjohtaja, kansanedustaja Sari Essayah vierailee lauantaina 21.11. Oulussa.

Essayah on tapaa oululaisia aamukahvitalaisuudessa klo 8.45-9.45 Kauppahallin kahvilassa. Paikalla on myös mm. KD:n kaupunginvaltuutettu Marja-Leena Kemppainen.

Kello 10 puheenjohtaja Essayah pitää poliittisen katsauksen KD:n Pohjois-Pohjanmaan ja Kainuun piirin syyskokoukseen Kirkkotorin koulutuskeskuksessa, Asemakatu 5.

Tervetuloa seuraamaan tilaisuuksia! Mahdolliset haastattelupyynnöt mieluiten etukäteen.

Yhteys: Sari Essayah p. 0400 252 999

KUTSU/TIEDOTE 24.9.2015

Essayah Lohjalla 1.10.

Kristillisdemokraattien tuore puheenjohtaja, kansanedustaja Sari Essayah vierailee torstaina 1.10. kello 18 Lohjalla. Hän puhuu yleisötilaisuudessa kaupungintalo Monkolan valtuustosalissa siitä, miten voimme kääntää Suomen suunnan uudella polulla politiikalla. Hän käsittelee myös ajankohtaisia pakolaistilannetta. Keskustelua vetää Lohjan seudun KD:n puheenjohtaja Merja Eräpolku. Kahvitarjoilu ennen tilaisuuden alkua.

Tervetuloa seuraamaan tilaisuutta! Mahdolliset haastattelupyynnöt mieluiten etukäteen merja.erapolku@eduskunta.fi. Tilaisuuden järjestää Lohjan seudun Kristillisdemokraatit ja KD:n eduskuntaryhmä.

Yhteys:

Kristillisdemokraattien puheenjohtaja, kansanedustaja Sari Essayah p. 0400 252 999
Lohjan seudun Kristillisdemokraatit ry., puheenjohtaja Merja Eräpolku p. 050 560 3261

Pentti J. Rönkkö Uudenmaan KD:n uudeksi puheenjohtajaksi

KD:n Uudenmaan syyskokous valitsi piirin uudeksi puheenjohtajaksi yksimielisesti toimittaja Pentti J. Rönkön Keravalta. Varapuheenjohtajana jatkaa Soili Haverinen Vantaalta sekä piirihallituksessa 2016-2017 Jorma Harju Hyvinkäältä, Risto Oinonen Espoosta, Sirkka Warvas Lohjalta sekä uusina Soili Norro Mäntsälästä ja Kristiina Drotár Espoosta. Pitkäaikainen puheenjohtaja Jouko Jääskeläinen Vantaalta jatkaa piirihallituksessa. Hallituksessa jatkavat edelleen vuoden 2016 Tiina Tuomela (Vantaa), Kaija Kalliola (Espoo), Petri Ronkainen (Kirkkonummi), Tapio Rantanen (Järvenpää) ja Jaakko Vuorinen (Nurmijärvi).

Piirikokous pidettiin perjantaina 27.11. Kauniaisissa. Kokouksessa poliittisen katsauksen pitänyt puolueen puheenjohtaja, kansanedustaja Sari Essayah esitteli KD:n vaihtoehtobudjetin peruslinjauksia. - Hallitus on tuonut kiireellä paljon sellaisia esityksiä, joiden yhteisvaikutuksia tiettyihin heikompiaisiiin kansalaisryhmiin ei ole kunnolla selvitetty. Myös lapsivaikutusten arviointi on valitettavan usein jäänyt tekemättä, Essayah harmitteli puheenvuorossaan.

KOKOUKSEN KANNANOTTO

Potilas hallintohimmeleiden edelle sote-uudistuksessa

Potilaan hyvinvointi on nostettava sote-uudistuksen keskiöön. Sosiaali- ja terveydenhuollon sekä perusterveydenhuollon ja erityissairaanhoidon integroinnin tulee olla uudistuksen keskeinen tavoite. Tällä hetkellä vaarana on, että monimutkainen hallintokompromissi enemmänkin haittaa kuin hyödyttää terveydenhuollon tehokasta hoitamista. Toivotut säästöt ja palveluiden sujuvoittaminen voivat tällöin jäädä haaveeksi.

Hallituksen sote-mallissa eri alueiden edustuksen ja eri poliittisten näkemysten huomioon ottaminen itsehallintoalueilla vaatii uuden vaalitavan käyttöönottoa. Verotusoikeuden antaminen itsehallintoalueille taas romahduttaisi pitkälti kuntien mahdollisuudet päättää omista asioistaan.

Nyt tarvitaan poliittista rehtiyyttä ja koko kansan edun ajattelua suurten puolueiden valtapelin sijaan. Alkanut uudistus ei saa sotkeutua entistä monimutkaisempiin järjestelyihin, etteivät lopputulokseksi jää kasvaneet kulut ja heikentyneet palvelut.

Lisätietoja: Soili Haverinen p.0503561165, Jouko Jääskeläinen 0505120782

Ilmoitusaineistoja:

Kansanedustaja

ANTERO LAUKKANEN

ke 25.11. klo 18
Kirkkonummella
Cafè Rosta, Munkinmäentie 19

*Tule kuulemaan ja keskustelemaan
maahanmuutosta ja pakolais-
tilanteesta. Kahvitarjoilu.*

 Kristillisdemokraattinen
eduskuntaryhmä
WWW.KD.FI



Kansanedustaja

SARI ESSAYAH

Kaupunginvaltuutettu

& M-L KEMPPAINEN

la 21.11 klo 8:45–9:45 Oulussa
Kauppahallin kahvilassa.

Tule juttelemaan!
Munkkikahvit.

 Kristillisdemokraatit
ARVOISTASI POLITIIKKAA.
WWW.KD.FI



ROHKEUS tuntee
– ROHKEUS tehdä

Kansanedustaja

SARI PALM

Tule juttelemaan pe 17.4.
klo 10.30-11.30 Savitaipale, tori
klo 12- Lappeenranta,
kävelykatu Oleksi, paikalla
myös ministeri Päivi Räsänen
klo 14-16 Taavetti,
S-Market

45

 Kristillisdemokraatit
ARVOISTASI POLITIIKKAA.
www.saripalm.net

Maksaja: Ehdokas



Tule juttelemaan kansanedustajien kanssa

PALAUTEPÄIVÄ

keskiviikkona 18.2.

klo 12-13.30
Helsinki, keskusta
Mannerheimintien ja Simonkadun kulma
Hernekeittotarjoilu

klo 15-16
Vantaa, Tikkurila
Tikkuraitti, Café Picnic

klo 15.30-17
Espoo, Leppävaara
Sello, Robert's Coffee



Kristillisdemokraattinen eduskuntaryhmä



SAULI AHVENJÄRVI



SARI PALM



PÄIVI RÄSÄNEN



PETER ÖSTMAN



JOUKO JÄÄSKELÄINEN

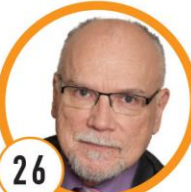


LEENA RAUHALA

ROHKEUS RAKENTAA TULEVAISUUTTA



22
Urpo Andström
Diakoniatyöntekijä



26
Esa Erävalo
Dipl.ins., Ph.D.



28
Auli Happonen
Kirjailija, TV-tuottaja



30
Soili Haverinen
Ministerin erit.avustaja



33
Jouko Jääskeläinen
Kansanedustaja



35
Juha Kaunistmaa
Tekn.lis., rehtori



36
Eija Kemppi
Rehtori (em.), FM



42
Antero Laukkanen
Sosiaalineuvos



44
Soili Norro
Kieltenopettaja, FM



47
Ari H Paloheimo
Rakennusurakoitsija



50
Birgitta Silvennoinen
Toimittaja



54
Tiina Tuomela
Lastent.erikoislääkäri

Tule tutustumaan KD:n ehdokkasiin lauantaina 18.4. klo 9-13 Lohjalla

Voit tavata ehdokkaita torilla ja Kauppakeskus Lohjantähden aulassa.
Lohjantähdessä klo 11-13 välillä ehdokashaastatteluja ja Birgitta Silvennoisen musiikkia.

 Kristillisdemokraatit ja Birgitta Silvennoisen musiikkia. www.kdlohja.net
www.kd.fi