

KATSO VIDEO TÄÄLTÄ:
valonia.fi/lumoa_koulutusvideo2

2. VAIKUTTAVAA YMPÄRISTÖVIESTINTÄÄ SOMESSA: SÄVYT, KEINOT JA KANAVAT

ANNA SAMPO & MAIJU OIKARINEN
VALONIA



KUNNAT VIESTIJÖINÄ

Tämä koulutus on olennainen niille osallistujille, jotka tekevät viestintäsisältöä esimerkiksi kotikunnan tai koulun somekanaviin. Someviestintä julkisessa organisaatiossa poikkeaa siitä, mitä esimerkiksi henkilökohtaisella sometilillä voi julkaista.



- Kuntien viestintäkanavissa ilmasto- ja ympäristötyöstä kannattaa kertoa konkreettisten, kuntaan kytkeytyvien esimerkkien kautta
- Kuntien somekanavissa tavoitetaan laajasti eri ikäisiä ja erilaisia ihmisiä, sillä asukkaat seuraavat kotikuntansa tekemisiä aktiivisesti
- Kanavat vaihtelevat kunnittain. Seuratuimmat ja käyttökelpoisimmat kanavat ovat yleensä **Facebook, Instagram ja Youtube.**

ÄÄNENSÄVYLLÄ ON VÄLIÄ

- Erilaiset toimijat voivat käyttää erilaisia tehokeinoja ja rajuillekin herätteleville kuville ja viesteille on paikkansa (esim. järjestöjen viestinnässä)
- Julkisen organisaation kanavissa – esim. kunta, on erityisen tärkeää säilyttää **neutraali ja faktapohjainen tyyli**
- Oma persoona saa kuitenkin näkyä!
- Tutkitustikin ihmisten on helpompi samaistua ympäristöviestintään, kun tekoja kehystetään fiksuiksi valinnoiksi ja kannustetaan – sen sijaan, että puhutaan esimerkiksi syyllistävällä kärjellä tai asioista luopumisesta
- Yleisesti on tehokkainta viestiä konkretian kautta – ratkaisut, positiiviset esimerkit ja keinot edellä.
- Perusta väitteet aina tietoon ja faktoihin!

Kannustavat
esimerkit ja
perusteleminen



Uhkakuvat ja
syyllistäminen



SAAVUTETTAVUUS

- Julkisten organisaatioiden verkkoviestinnässä laki velvoittaa huomioimaan saavutettavuuden
- Someviestinnässä kannattaa huomioida ainakin seuraavat pointit:
 1. Videot tulee tekstittää ja/tai spiikata
 2. Kun kuvan päälle laitetaan tekstiä, tulee siinä olla selkeä taustaväri, ja tekstin tulee erottua selkeästi taustasta (tarpeeksi suuri kontrasti)
 3. Kuviin tulee lisätä vaihtoehtoiset kuvaukset eli alt-tekstit
 4. #Hashtageissa Sanat Kannattaa Erottaalsoilla Alkukirjaimilla (ja välttää pitkiä hashtageja)



SISÄLLÖNTUOTANNOSTA

- Sisältöä tehdään viestit edellä, ei kanavat – kun sanoma on kunnossa, sen voi helposti muotoilla eri kanaviin ja muotoihin.
- Kanavasta riippumatta hyvä teksti ei silti useinkaan riitä: kuvat ja videot tärkeitä huomion kiinnittäjiä – mieti postaukseen aina myös visuaalinen elementti. Ihmiset ja etenkin eläimet kuvassa kiinnittää huomiota.

Kieliasu on yllättävän tärkeä uskottavuustekijä! Vaikka kieli voi olla tyyliltään rentoa, oikeinkirjoituksen kanssa kannattaa silti olla huolellinen: pistä siis pilkut pakoilleen ja yhdyssanat yhteen.



FACEBOOK: TEKSTEIN JA KUVIN LISÄTIEDON ÄÄRELLE

- Keskeinen kanava monille kunnille: helppo seurata, tavoittaa suuria määriä käyttäjiä (etenkin toki vanhempaa porukkaa).
- Kotikunnan seuraamisen kautta asukkaille jaetaan monenlaista ajankohtaistietoa. Usein lähiluontoon liittyvät uutiset kiinnostavat monia.
- Tekstiin kannattaa panostaa, usein on hyvä laittaa melko perusteellinen johdanto- tai sisäänheittoteksti ("katso videolta.. Lue jutusta...") sekä linkki, josta varsinainen uutinen/lisätieto löytyy.
- FB-julkaisu voi olla myös video, kuva tai kuvakaruselli höystettynä seikkaperäisellä, mutta kiinnostavalla tekstillä ilman linkkiä muualle. Tekstiä voi höystää emojein ja sen alkuun voi esim. laittaa pari kiinnostusta herättelevää kysymystä!

INSTAGRAM: TUNNELMIA JA TIETOA NOPEASTI JA KIINNOSTAVASTI

- Kuntien Instatilit keskittyvät kauniisiin kuviin ja hyvän mielen fiiliksiin: kauniita maisemia kunnasta eri aikoina ja ihmisiä. Fiilis on yleisesti ottaen positiivinen, joten tämänkaltainen kerronta monimuotoisuuden edistämisestä sopii hyvin myös Insta-julkaisuksi.
- Feed-julkaisu
 - Kokoelma kuvia ja videoita, joita yhdistää yksi teksti. Tekstiin voi myös tietenkin laittaa kullekin kuvalle oman tekstinsä, kunhan sen jäsenteleä selkeästi. Vaakasuuntaiset tai neliökuvat toimivat parhaiten.
- Story-julkaisu
 - Pystysuuntaiset kuvat tai videot, joissa mukana tekstiä. Storyissa sitouttamista lisäävät mm. tarrat, kyselyt muut interaktiiviset elementit
 - Storyssa voi leikitellä hieman enemmän myös mm. musiikilla ja muilla elementeillä, mutta näiden kanssa toki maltti mukana.
- Myös Insta on siirtymässä entistä enemmän videoalustaksi kuvien sijaan mm. Reelsien kautta – algoritmi suosii videoita muuta sisältöä enemmän.
- Reelsien vetovoima perustuu lyhyeen mittaan ja mainosmaisuuuteen, mutta niiden oletetaan kuitenkin olevan ”autenttisia” kertomuksia. Yleensä Reelsiin liitetään myös musiikkia. Kuntien kanavissa reelsejä ei vielä juurikaan suurimpia kaupunkoja lukuun ottamatta näy.

YOUTUBE: TIEDONVÄLITYSTÄ PIDEMMILLÄ VIDEOILLA

- Pidempää, kevyesti editoituja ja tarinallisia vaakasuuntaisia videoita. Esimerkiksi haastattelut voi tehdä tänne ja lyhyemmät insertit / teaserit vaikka sinne muiden somekanavien storyihin tai vaikkapa twiittiin.
- Kuntien Youtube-kanavilla on yleensä promovideoita kunnasta, hallituksen kokouksia tai tiedotuksia, kaupungin eri toimialojen kuulumisia jne.
- Luonnonhoitotöistä kertominen sopii erinomaisesti tubevideon teemaksi. Tarina kannattaa videoonkin suunnitella ja rakentaa samaan tyyliin kuin esimerkiksi storyissa (katso mallipohjat).
- Tubevideoissa täytyy ennakoida editointi sekä tekstitys, jotka molemmat **vievät aikaa**. Jos valitsette ryhmätyöksi tubevideon, päättäkää roolitukset hyvissä ajoin! Tähän on ohjeistusta meidän mallipohjissa.
- Suunnitelkaa videon synopsis kevyesti, usein paikan päällä sitten kuitenkin hoksaa vielä joitakin hienoja yksityiskohtia tai kuvakulmia kuvattavaksi.
- Muistakaa **äänien tallennus**! Ulkona luultavasti tuulee, solmiomikki on kätevä.
- Youtubeen vietäessä videolla tulee myös olla kuvaava otsikko ja kuvausteksti, myös erillisen huomiota herättävän kansikuvan voi tehdä tai sitten valita jonkun ruudun, jota youtube ehdottaa videota viedessä. Youtubeen videot tulee myöskin tekstittää.

OTA YHTEYTTÄ!

Anna Sampo
Maiju Oikarinen

etunimi.sukunimi@valonia.fi



TILAA UUTISKIRJEEMME!

valonia.fi/uutiskirje

 @valonia_keskus

 @valonia.fi

 @valoniakeskus