

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos-Institution-Department Viestinnän laitos	
Tekijä-Författare-Author Virtanen, Pia			
Työn nimi-Arbetets titel-Title Erilainen uutiskynnyks : Kaksi empiiristä tapaustutkimusta yritys- ja yhdistystiedottamisesta			
Oppiaine-Läroämne-Subject Viestintä			
Työn laji-Arbetets art-Level Pro gradu		Aika-Datum-Month and year 2000-04-19	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages 68 + 108
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Tässä Pro gradu -työssä tarkastellaan yritysten ja yhdistysten uutiskynnyksistä kahden esimerkin avulla. Tutkitaan kahdella empiirisellä kokeilulla, saavatko yritykset ja yhdistykset samantapaisilla tiedotteilla yhtä paljon julkisuutta, kun muut uutisoinnin edellytykset on huomioitu ja uutiskriteerit ovat täyttyneet. Tekstien läpimenoa peilataan Tuomon Mörän Liaaniteorian mediakriteereihin sekä muihin julkisuuden hallintaa selittäviin tieteellisiin tutkimuksiin ja katsotaan, löytyykö mahdollisesti erilaiselle uutiskynnykselle selitystä näistä teorioista. Tämän jälkeen pyritään mallintamaan uutiskynnyksen rakenne.</p> <p>Tutkimuksen perusteella todetaan, että uutisten läpimeno-prosessi on erilainen yritys- ja yhdistystiedottamisessa, kuten aluksi otaksuttiinkin. Yhdistystiedottaminen onnistui alusta lähtien erinomaisesti, kaikki vinkit ylittivät uutiskynnyksen ainakin jossakin alueen viestimessä. Prosessin läpäisseet jutut olivat runsaita ja hyvin kuvitettuja. Lähteitä käytettiin luovasti ja hankittiin itsekin.</p> <p>Sen sijaan yritystiedottaminen takertui kiinni journalistiseen uutiskynnykseen. Vaikka journalistiset kriteerit mainonnan välttämistä ja asioiden uutuudesta toteutuivatkin, eivät jutut useimmiten läpäisseet uutisseulaa alueen toimituksissa. Toteutuneet jutut olivat yksipuolisempia ja lyhyempiä kuin yhdistystoiminnasta tehdyt jutut. Toimittajat kirjoittivat yritys-uutiset joko suoraan tiedotteesta samanmittaisina tai lyhensivät niitä. Lisätietoja ei kysytty, vaikka yhteystiedot olivat selkeästi esillä. Vain sukupolvenvaihdos-uutisointi oli laajaa. Sekin perehtyi enemmän henkilöihin kuin yrityksen toimintoihin, alan näkymiin sekä johtamisvisioihin.</p> <p>Erilaisen uutiskynnyksen syyksi paljastui erilainen julkisuusstrategia, joka johtui osin yritystiedotteiden kysynnän pienyydestä. Muiksi syiksi todettiin journalismin pelisäännöt, yksilökohtaiset syyt, organisaatiotekijät, lähteiden ja toimituksen suhteet sekä vallitseva ideologia.</p> <p>Keskeiset teokset tutkimuksen teoriaosiossa olivat:</p> <p>UIMONEN, RISTO - IKÄVALKO, ELISA (1996): Mielikuvien maailma: Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan? Inforviestintä. Jyväskylä.</p> <p>MÖRÄ, TUOMO (1999): EU-journalismin anatomia. Mediasisältöjä muokanneet tekijät ennen kansanäänestystä 1994. Helsingin yliopisto. Viestinnän laitos.</p> <p>LUOSTARINEN, HEIKKI (1998): Teoksessa Kivikuru U-M. & Kunelius R.: Viestinnän jäljillä. Näkökulmia uuden ajan ilmiöön. WSOY, Helsinki.</p>			
<p>Avainsanat-Nyckelord-Keywords</p> <p>julkisuus - järjestöt - yritykset</p> <p>uutiset - kriteerit</p> <p>ulkoinen tiedotus - organisaatioviestintä</p>			
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited			
Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information			