

Hur får jag ut en nyhet?

Har din forskning gett intressanta eller överraskande resultat? Behandlar den ett aktuellt tema? Vill du få ut budskapet om någonting viktigt som händer i organisationen?



- Kontakta en kommunikatör, helst i god tid. Vi kan bevara en hemlighet!
- Vi kommer förmodligen att be dig att skriva ett utkast, d.v.s. i korthet beskriva de viktigaste resultaten och varför de är relevanta.

Du når Åbo Akademis kommunikatörer på **kommunikation@abo.fi** och **communications@abo.fi**

Våra viktigaste nyhetskanaler

- Externa webbplatsen **www.abo.fi**
- Pressmeddelanden
- Sociala medier (Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram)
- Tidskriften *Meddelanden från Åbo Akademi (MfÅA)*
- Podcasten *Forskaren*
- Intranätet **intra.abo.fi**
- Yammer **www.yammer.com/abo.fi**
- Nyhetsbrevet *Personalnytt*
- Tips till enskilda journalister



Vad är ett pressmeddelande?

Ett pressmeddelande är en kort text, vanligen max en A4, som sänds till medierna i hopp om att de ska återpublicera delar av texten eller rapportera om nyheten på något annat sätt. Kommunikationsenheten skickar pressmeddelanden till både lokala, nationella och internationella medier. I regel sänder vi ut alla pressmeddelanden både på svenska och finska, ibland andra språk.

- Ett bra pressmeddelande har en intresseväckande rubrik och är skriven på klarspråk.
- Fokus på ett eller högst ett par teman.
- Presenterar de centrala resultaten och förklarar varför nyheten är relevant.
- Facktermer måste förklaras.
- Kontaktuppgifter (telefonnummer och e-post) ingår.
- Länk till mer information eller ev. forskningsartikel.

Vad är en bra nyhet?

- Tidpunkten är rätt, relaterar till aktuella händelser.
- Någonting överraskande, oväntat, kontroversiellt.
- Påverkar många, lätt att relatera till.
- Nära i tid och rum, sker här och nu.
- Personligt, väcker känslor.
- Lätt att illustrera – berätta för journalisten om du har bra bilder eller videomaterial (kolla copyright).

Kom ihåg!

Något som kan tyckas vara en viktig nyhet för dig och universitetet, t.ex. stora anslag, besök av kända forskare, utmärkelser, forskningsseminarier, webinarier m.m. är vanligtvis inte lika intressant för journalister. Fundera på hur ditt budskap är relevant för medierna!

Vad kan du göra?

Du kan själv sprida nyheter i dina nätverk och berätta om vad som är aktuellt. Du kan också dela inlägg, artiklar, intervjuer och tagga Åbo Akademi – vi gillar och delar gärna. Berätta vem du är i din profil, vad du gör och nämn universitetet, d.v.s. @aboakademi. När journalister tar kontakt: Svara, var tillmötesgående och be att få läsa texten innan den publiceras!

How do I spread the news?

Has your research yielded interesting or surprising results? Does it address a current topic? Do you want to spread the word about something important that is happening within the organisation?



- Contact Åbo Akademi University Communications, preferably in good time. We can keep a secret!
- We will probably ask you to write a draft, i.e., briefly describe the main results and why they are relevant.

You can reach the Communications team at kommunikation@abo.fi and communications@abo.fi

Our most important news outlets

- External website www.abo.fi
- Press releases
- Social media (Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram)
- The journal *Meddelanden från Åbo Akademi (MfÅÅ)*
- The podcast *Forskaren*
- The intranet intra.abo.fi
- Yammer www.yammer.com/abo.fi
- The newsletter *Staff News*
- Tipping off specific journalists



What is a press release?

A press release is a short text, usually a maximum of one A4 page, which is sent to the media in hopes that they will republish parts of the text or report on the news in some other way. The Communications team sends press releases to local, national and international media. Generally, we send out all press releases in both Swedish and Finnish, sometimes in English and other languages.

- A good press release has an interesting headline and is written in plain language.
- The focus is on one or, at most, a couple of themes.
- It presents key results and explains why the news is relevant.
- Technical terms must be explained.
- Contact information (phone number and e-mail) is included.
- Link to more information or possible research articles.



What makes a good piece of news?

- The timing is right, relates to current events.
- Something surprising, unexpected, controversial.
- Affects many, easy to relate to.
- Close in time and space, happens here and now.
- Personal, evokes emotions.
- Easy to illustrate – tell the journalist if you have good pictures or video material (check copyright).

Remember!

Something that may seem to be important news for you and the university, for example, large grants, visits by well-known researchers, recognitions, research seminars, webinars, etc., will usually not be as interesting to journalists. Think about how relevant your message is to the media!

What can you do?

You can use your own networks to inform others of news. You can also share posts, articles, and interviews, and tag Åbo Akademi University – we will gladly like and share them. Tell who you are in your profile, what you do and mention the university, i.e., @aboakademi. When journalists contact you: Answer, be accommodating and ask to read the text before it is published!