

# MIELIPIDEKIRJOITUKSEN KIRJOITTAMINEN

Mielipidekirjoitukset voivat olla hyvä tapa aloittaa ja ylläpitää keskustelua medioissa ja kahvipöydissä. Valtamediat saattavat tehdä isompia juttuja myös mielipidekirjoitusten pohjalta. *Suuria ja globaalejakin liikehdintöjä on aloitettu tavallisten ihmisten mielipiteiden pohjalta!*

Mielipidekirjoitukset voivat toimia myös keskustelun ylläpitäjinä: *vastineet, vastineen vastineet ja kommenttikirjoitukset luovat syklin, jossa aihe pysyy esillä.* Ne tavoittavat yleisöä, joka ei välttämättä muuten seuraa suuria valtakunnallisia keskusteluja: paikallislehdet, tekstariportalit ja muut voivat löytää ihmisen, joka ei esimerkiksi ole suurten sanomalehtien tilaaja tai katso juuri Yleltä muuta kuin uutiset.

Sosiaalisessa mediassa mielipidekirjoitukset ovat yhtä helposti jaettavissa kuin mikä tahansa muu tekstimateriaali, ja somejakojen sekä klikkien pohjalta mediat myös huomaavat, mitkä puheenaiheet ovat suosittuja. Paljon jaettu ja klikattu teksti viestii toimittajille, että tämä on keskustelu, johon media voi syöttää lisää tulokulmia. Aihe johon lukijoiden on helppo samaistua tai olla eri mieltä ja vastata, reagoida.

“Kokemusasiantuntijuus” korostuu hyvässä ja pahassa. Usein tekstin taustalla on tavoite/motivaatio kirjoittaa: Esim. ilmastoahdistus, huoli lapsien tulevaisuudesta, ärtymys siitä ettei jokin aihe saa tarpeeksi huomiota tai että sitä käsitellään puutteellisin näkökulmin jne..

## Yleisiä vinkkejä mielipidekirjoituksiin:

### 1. **Mieti tekstin rakennetta ja kielenkäyttöä.**

Sanavalinnat luovat todellisuutta. Esimerkiksi sanat ilmastonmuutos ja ilmastokriisi luovat lukijalle aivan erilaisia assosiaatioita.

### 2. **Tarkista lähteesi.**

Kirjoittajan ei tarvitse olla alan erityisasiantuntija, mutta tarkista lähteidesi paikkansapitävyys. Mielipidekirjoituksen voima voi olla tavallisen ihmisen näkökulmassa yhteen hyvin rajattuun aiheeseen.

### 3. **Vetoa tunteisiin.**

Tunteiden herättely yleisössä voi olla mielipidekirjoituksissa hyödyllistä, mutta tarkista kuitenkin myös, että faktat pitävät tekstissä paikkansa. Tunteet ohjaavat ihmisten käyttäytymistä usein paljon enemmän, kuin tiedostammekaan.

### 4. **Tarkista julkaisun vaatimukset.**

Mikä on enimmäismerkkimäärä ja minkälaisia julkaisuja yleensä toivotaan pituudeltaan?

### 5. **Mieti kohderyhmä.**

Mikä julkaisun lukijoita voisi kiinnostaa? Mitä sellaisia arvoja jaat heidän kanssaan, millä voisit motivoida heitä? Mikä saa heidät toivomaan päättäjiltä ympäristötekoja? Mikä sytyttää/ärsyttää/innostaa lukijan jakamaan tekstin muillekin, tai ottamaan sen puheeksi kahvipöydässä?

