- Tietoturvavaatimukset sekä kuluttaja- ja markkinointilainsäädäntö vaikuttavat eri tavalla eri tilanteissa.
- Viestintää eri tilanteissa säätelevät myös työpaikan normisto ja ohjeistukset.

Käsittelen myöhemmin kirjassa sitä, miten näitä tekstilajeja pitäisi kirjoittaa ja rakentaa.

3 VERKKOTEKSTIN ELEMENTIT JA SEN RAKENNE

Verkkoteksteissä voi olla samoja elementtejä kuin painetussakin tekstissä:

- otsikko
- ingressi
- kuva
- kuvateksti
- väliotsikko
- lainaus, blurppi eli äläys
- kainalo

Lisäksi verkkoteksti mahdollistaa paljon muutakin:

- videoklippi, animaatio tai äänileike
- linkki
- välilehdet ja valikot
- interaktiiviset osiot kuten kyselyt ja kommenttikentät

Näistä kaikista otan lukuni aiheiksi tekstilliset elementit ja käsittelen myös jonkin verran kuvitusta.

3.1 Kuinka otsikoida?

Kun otsikoit tekstiä, tee se sekä kiinnostavasti että informatiivisesti. Tärkeää on myös muistaa, että eri juttutyypeillä on omat otsikkoformaattinsa.

Tietoartikkelin (kuten Wikipedian artikkelin tai yrityksen tuote-esittelysivun) otsikot ja väliotsikot voivat olla perinteisiä, nimeäviä otsikoita – ikään kuin etikettejä. Tämä johtuu siitä, että tietoartikkeleita luetaan tiedon saamisen vuoksi, eikä lukijaa yleensä tarvitse houkutella enempää. Lisäksi etikettimäinen otsikko kuvaa staattista sisältöä paremmin kuin toiminnallinen.

Sen sijaan **uutisten** otsikoiden pitää olla toiminnallisia, koska niiden pitää kuvata tapahtumia myös tekemisen tai muutoksen avulla. Uutisotsikko tarvitsee myös jokin uutisoitavan (uuden tiedon tai uuden näkökulman vanhaan asiaan). Tällainen otsikko saa toki olla hauska tai nokkela, mutta sen pitää silti kertoa olennainen.

Myös **ohje** kaipaa toiminnalliset mutta puhuttelevat otsikot, sillä yleensä kirjoittaja haluaa lukijan toimivan ohjeiden mukaan. Ohjeen kannattaa olla *sinä*-muodossa, esimerkiksi käskymuodossa ”*tee tämä*” tai neuvovana ”*näin teet*”. Myös *minä*-muotoa käytetään jonkin verran: ”*Näin onnistun hiusten muotoilussa*.”

Blogin otsikon pitää ensisijaisesti olla houkutteleva ja kiinnostava, vaikka se ei aina paljastaisikaan, mitä aihetta teksti käsittelee. Klassisia esimerkkejä yleisöä houkuttelevasta otsikosta ovat keltaisen lehdistön käyttämät ”*Skandaali suosikkiravintolassa*” tai ”*Poliitikko juovuksissa!*” – blogissa tosin usein kyseessä on tarkoituksellinen lukijoiden

houkuttelu, ja postaus saattaakin kertoa lukijoiden harhauttamisesta.

Muista silti, että on muitakin houkuttelevia otsikoita, joiden mehevyys perustuu esimerkiksi

- alkusointuun: ”*Makeuttamaton minä*” tai ”*Kauppiaalla ei ole kanttia*”
- yllättävyyteen: ”*Voi surku, meidän vaavilla on ihottumaa perseessä*”
- intertekstuaalisuuteen eli toiseen tekstiin viittaamiseen: ”*Blogaten ja postaten*” tai ”*Mä en haluu kuolla tässä työssä*”
- väitteeseen: ”*On aika karsia huijarit kirpputoreilta!*”
- kysymykseen: ”*Miksi avioero kannattaa?*”
- numerolistaukseen: ”*Viisi vinkkiä verkkokirjoittamiseen*” tai ”*12 neuvoa muuttajalle*”.

Oheisesta esimerkkitaulukosta huomaat eri juttutyyppien erot ja niiden vaatimat otsikkotyylit:

Sanakirja-artikkeli	Uutinen	Ohje	Blogi
Kansainvälisen Pisa-tutkimuksen tutkimus-menetelmä	Suomi ylsi jälleen Pisa-tutkimuksen kärkeen	Preppaa lapsesi Pisa-tutkimukseen	Pisa-tutkimus huuhaata
VR:n rataverkko Suomessa	VR:n rataverkko laajenee Itä-Suomessa	Näin löydät itseäsi lähinnä olevan aseman	VR:n verkkoon tarttuu uusia asemia
Aspartaamin terveysvaikutukset	Aspartaamia suositellaan syö-täväksi päivittäin	Nauti päivittäinen aspartaamisi näis-tä elintarvikkeista	Sokeria imelämpää, hunajaakin makeampaa
Talvisota Suomessa	Talvisodan alkami-sesta 70 vuotta	Näin varaudut talvisotaan	Talvisodan turhuus
Kelan hoitotuki lapsiperheille	Kelan hoitotuki uudistunut	Hae hoitotukea ajoissa!	Onko mitään vaikeampaa kuin hoitotuen hake-minen?
Artikkelin otsikointi	XX tutki: Otsikot ovat parantuneet	Kuinka teen hyvän otsikon	Katso kohukuvat!

Valikon ja välilehtien otsikointi pitää perustua yhteen tai kahteen sanaan. Niissä kannattaa käyttää vakiintuneita ilmaisuja, koska lukija on tottunut etsimään niitä:

Ei kikkailuja	Vaan sujuvammin
Täältä löydät meidät	Ajo-ohjeet
Aina palveluksessasi!	Yhteystiedot ja aukioloajat
Näihin asioihin uskomme	Arvot

Sen sijaan kun lukija on klikannut valikosta vaikkapa Arvot-kohtaa, avautuvan sivun otsikko voi ilman muuta olla ”Näihin

arvoihin uskomme”. Vaikka navigoinnissa käytettävien otsikoiden pitää olla tavallisia ja informatiivisia, itse tekstisivun otsikko voi olla kuvailevampi tai kantaaottavampi.

Pahimmat otsikointimokat

Otsikossa ei saa käyttää liian pitkiä sanoja. Ne ovat vaikeita lukea ja ne saattavat rivittyä hankalasti tai katketa keskeltä.

Ei näin	Vaan näin
Turvallisuustoimenpiteet pettivät	Turvatoimet pettivät
Pääsiäisjuhlallisuudet Hämeessä	Pääsiäisen juhlat Hämeessä

Otsikossa ei saa käyttää lyhenteitä tai symboleita, sillä nekin ovat vaikeita lukea. Lisäksi ne ovat visuaalisesti liian silmäänpistäviä. Myös numeroita kannattaa välttää jos mahdollista.

Ei näin	Vaan näin
Tyytyväisyystakuu 100 %	Täysi tyytyväisyystakuu
Jouluksi luvassa –15°C pakkasta	Jouluksi luvassa kova pakkanen

Joskus lyhenteet ovat välttämättömiä, jotta vältetään ensimmäisen kohdan varoittamat pitkät sanat. Tällöin lyhenteiden pitää olla kaikille tuttuja: ”Jääkiekon MM-kisat alkoivat”.

Otsikko ei saa olla toisteinen, jossa jankutetaan samaa kantasanaa.

Ei näin	Vaan näin
Puutarhan puut ja pensaat	Pihan puut ja pensaat
Hyvä kuvitus kuvaa kohdettaan	Hyvä kuvitus nostaa kohteen esille

Otsikko ei saa puhkikaluttu:

Ei näin	Vaan näin
Aira Samulin: Tanssi on elämäni	Aira Samulin tanssii vaikka hautaan asti
Paula Koivuniemi on aikuinen nainen	Paula Koivuniemi kasvoi aikuiseksi

Yleensä otsikosta jätetään *olla*-verbi pois. Sen voi myös korvata kuvaavammalla verbillä:

Ei näin	Vaan näin
Väyrynen: Keskusta on paras puolue	Väyrynen: Keskusta paras puolue
TPS on täyttä taistelutahtoa	TPS täyttä taistelutahtoa TPS pursuaa taistelutahtoa

Otsikossa ei käytetä myöskään pistettä, mutta joskus otsikko voi päättyä kysymysmerkkiin tai huutomerkkiin – tosin vain yhteen kerrallaan. Suosittelen unohtamaan myös kolmen pisteen käytön. Sen sijaan ajatusviiva on usein hyödyllinen otsikon ja sen alarivin erottamisessa.

Ei näin	Vaan näin
Mies hukkui Hattulassa.	Mies hukkui Hattulassa
Maali tuli. Missä oli Litmanen?!	Maali tuli – missä oli Litmanen?
Toimitusjohtaja Aho: "En voi ymmärtää…"	Toimitusjohtaja Aho: "En voi ymmärtää"
Kunnanjohtaja yllätti – selvin päin häissä!!!!	Kunnanjohtaja yllätti – selvin päin häissä!

Parhaat otsikointikikat

Tässä jaksossa käyn läpi otsikointivinkkejä, jotka sopivat neutraaliin tai hauskuuttavaan viestintään:

- blogipostauksiin
- ei-tärkeisiin uutisiin ja tietoartikkeleihin
- kiireettömiin ja vapaaehtoisiin ohjeistuksiin
- haastatteluihin
- viihteelliseen viestintään.

Voit käyttää alkusointua, kunhan se ei ole väkisin väännettyä tai liian pitkälle vietyä:

Ei näin	Vaan näin
Teatteri tekstinä ja teemana	Parhaat pastat
Musiikki on muusa ja muoti-ilmiö	Tee trendistä omasi

Myös hyvä rytmi voi tuoda otsikkoon napakkuutta:

Kengät, sangat ja kretongit
Vällyt, fyllit ja toppaukset

Voit otsikossasi viitata johonkin tunnettuun sanontaan. Tätä kutsutaan intertekstuaalisuudeksi eli tekstienvälisyydeksi. Varo kuitenkin, ettet käytä liian ontuvaa viittausta. Älä myöskään käytä sellaista viittausta, jota kukaan ei tunne, koska se on harvinainen tai vanhentunut:

Ei näin	Vaan näin
Meni syteen tai Natoon (ontuva intertekstuaalisuus)	Biisi vieköön, sanoi Vexi Salmi
Lähti kuin kuppila Töölöstä (pohjana liian harvinainen sanonta)	Erkki Korhonen – oopperan kummitus

Kaksimerkityksisyys on oivalluttavaa, mutta varo, ettet mene kaksimielisyyksien eli mauttomuuksien puolelle:

Ei näin	Vaan näin
Jorma Kääriäisellä on iso ja järeä nimi	Kokenut metsästäjä panostaa aseisiin
Paula Koivuniemi ottaa jouluna mitä pukki antaa	Ruuhkassa ei ole väliä millään

Otsikoissa käytetään monesti myös tarkoituksellisen yllättäviä tai huvittavia rinnastuksia, erityisesti silloin kun otsikossa oleva ihmisen tai organisaation nimi aiheuttaa monitulkintaisuutta:

Korhonen nimitti Korhosen
Jokerit sekoitti Ässien pakan
Haukion kala

Kaikki edellä mainitut otsikkotyypit ovat tietoisia rakennelmia, jotka vetävät huomion ilmaisuun, joten ne sopivat neutraaliin viestintään.

Sen sijaan jos kyseessä on vakava tai tärkeä asia, otsikossa pitää vain kertoa olennaisin. Sanaleikit, soinnut, rytmiikka tai intertekstuaalisuus eivät sovi sellaiseen viestintään, johon liittyy negatiivista tunnelatausta tai isoja muutoksia:

Toimitusjohtaja NN kuollut
Kolmen auton kolari Espoossa
Tekninen tuki ulkoistetaan
Organisaatiomme muuttuu lomien jälkeen

3.2 Ingressi houkuttelee ja auttaa eteenpäin

Lehtiteksteissä on perinteisesti ollut ingressi eli ensimmäinen, pääasian kertova kappale. Se on usein lihavoitu, kursivoitu tai muilla tavoilla nostettu esille taitosta. Myös joissain verkkoteksteissä käytetään ingressiä.

Olennaista on ymmärtää verkkotekstien syöte-ominaisuus, josta kerroin jo aiemmin. Jos verkkotekstisi yhteydessä on tarjolla syöte, se mahdollistaa tekstiesi seuraamisen toisilla verkkosivuilla. Käytännössä verkkotekstisi alku saattaa ilmestyä toisessa verkkopalvelussa – esimerkiksi blogin alku näkyy Blogilista-verkkopalvelussa (www.blogilista.fi). Lisäksi aina kun joku googlaa tekstejäsi, Google näyttää hänelle tekstistäsi pari ensimmäistä virkettä.

Jos haluat hankkia lukijoita tai jos haluat helpottaa heidän toimintaansa, ensimmäisten rivien kannattaa olla järkevää tekstiä eikä johdattelevaa ”kävelinpä kadulla eräänä päivänä ja ihmettelin maailman menoa”.

Tämän vuoksi **kirjoita verkkotekstisi ensimmäinen kappale aina kuten kirjoittaisit ingressin**, vaikka et erottaisi sitä kursiivilla tai lihavoinnilla. Alku ratkaisee sen, kuinka mielenkiintoinen tekstisi on satunnaisen lukijan silmin. Jos tekstin ensimmäinen kappale on pelkkää alustusta, kukaan ei välttämättä lue sitä sen pitemmälle.