

# Kokkuvõte ja pressiteade. Ülilühikesed soovitused<sup>1</sup>

## Tiit Hennoste

Tartu Ülikooli suulise kõne ja vestlusanalüüsi teadur

Selle lühikese õpetuse teemaks on kokkuvõte, selle suuline variant ja pressiteade. Olgu ette öeldud, et kokkuvõtet ja selle suulist varianti eristab ennekõike keel, samas pressiteade on erineva ehitusega tekst.

### Kokkuvõte

Milline peaks ideaalis olema üks hea kokkuvõte? Need ideaalid võib jagada kolmeks: sisu, teksti ülesehitus ning keel ja stiil.

Esmalt, kokkuvõte on tõepoolest kokku võte õigusaktist või selle muudatustest, mis peab tooma välja nende aktide olulise sisu.

Kokkuvõtte esimene nõue on lähteteksti **tuuma** välja toomine. See võib olla lähteteksti keskne teema või väide/idee. Tuum ei pruugi olla kirjas lähteteksti alguses, see võib olla ka kusagil teksti sees. Tuum võib olla selgelt sõnastatud, aga võib olla ka varjatud. Kahjuks võib juhtuda, et lähtetekstis korralikku tuuma ei olegi. Sel juhul pole kokkuvõtjal teha muud kui saata tekst tegijale tagasi (kui see muidugi on võimalik). Ise tuuma välja mõelda ei saa.

Tuumale lisaks peaks kokkuvõte välja tooma ka lähteteksti **teised** olulised teemad ja/või ideed, mis on vajalikud kokkuvõtet tegeva asutuse jaoks. Näiteks koostatakse riigiasutustes eelnõu kokkuvõte, milles tuuakse välja kavandatava õigusakti või selle muudatuse kohta viis punkti:

- kirjeldab õigusakti või muudatuse sisu;
- esitab selle vajalikkuse põhjendused;
- nimetab lahendatava küsimuse ja selle seose kehtiva õigusega;
- toob välja eesmärgi(d) ning
- märgib lahendusettepaneku(d) ja selle/nende oodatava mõju.

NB! Oluline on mõelda, millises järjekorras neid punkte esitada. Hea variant on esmalt tuua sisse eesmärk ja sisu.

Teine oluline sisupõhimõte ütleb, et kokkuvõte on **omaette** tekst, mis peab lugejale olema mõistetav ilma algtekstita. Ennekõike nõuab see kontrollimist, et lähteteksti kontekstist välja tõstetud mõte oleks ilma kontekstita arusaadav.

Kolmandaks, kokkuvõte on **üldistav tekst**, mitte detailide kogum. See ei tähenda, et seal ei tohi olla detaile. Aga see ei saa olla lähtetekstist võetud üksikasjade ega huvitavate näidete kogum. Eriti oluline on vältida mõttekordusi ja kõrvalepõikeid.

---

<sup>1</sup> Artikkel põhineb 2024. aasta õiguskeelepäeva ettekandel.

Neljandaks, kokkuvõtte on **objektiivne, neutraalne tekst**, milles ei ole kokkuvõtja enda hinnanguid, arusaamu, lisamõtteid.

Ja viiendaks on vaja jälgida, et algteksti mõte kokkuvõttes **ei moonduks**.

Hea kokkuvõtte ülesehituse tegemiseks on oluline järgida vaid ühte soovitus. Kokkuvõttel on oma loogiline kompositsioon, mis **lähtub leitud tuumast**. Hea kokkuvõtte algab tuumaga ja ei peida seda teksti sisse. See omakorda tähendab, et kokkuvõtte ei järgi sageli originaalteksti kompositsiooni (muidugi, võib juhtuda, et see sobib kokkuvõtte jaoks) ega sisalda pikka sissejuhatust või taustaseletust (kui see lähtetekstis olemas on).

Hea kokkuvõtte keelt ja stiili peaks iseloomustama kolm omadust: **selgus, lihtsus ja tihedus**. On selge, et lihtsus ja tihedus võivad olla omavahel vastuolus. Sel juhul tasub eelistada kindlasti lihtsust, sest kokkuvõtte peab olema arusaadav ka neile, kes ei ole valdkonna spetsialistid. Lihtsuse ja selguse saavutamiseks on kolm olulist soovitus.

- Tuleb kasutada minimaalselt erialakeelt (terminid!) ja viiteid näiteks seaduste paragrahvidele ning ka muid sõnu, mille tähendust adressaat täpselt ei tea.
- Tekst peab olema sidus ning mõtetevahelised seosed selles keeleliselt välja toodud.
- Tuleb kindlasti eelistada lühikesi lauseid (max 15 sõna) ja igal juhul vältida ülipikki lauseid, mida on bürokraatlikud tekstid täis.

### **Suuline kokkuvõtte**

Suuline sisukokkuvõtte võib olla eraldi tehtud või kirjalikust variandist suuliseks ümber tehtud tekst. Kummalgi juhul ei erine see kirjalikust kokkuvõtte oma sisu ja ülesehituse poolest. Suulise ja kirjaliku kokkuvõtte erinevused on **keelelisel**.

Suuline kokkuvõtte peab olema kergesti ettelooetav ja kuulamisel kergesti arusaadav. See tähendab vajadust arvestada suulise teksti piiravate situatiivsete teguritega. Suuline tekst on lenduv ja tagasikeritamatu ning jõuab kuulajani tempoga umbes 2-3 sõna sekundis (nt telediktorid loevad teksti umbes 2 sõna sekundis). See tähendab, et kuulaja peab suutma seda kohe ja kuulamise tempos interpreteerida, ta ei saa raskeid kohti aeglasemalt ega mitu korda kuulata (tehniliselt on see mõnikord muidugi tehtav, aga sellele loota on mõttetu). Teisalt on suuline tekst lineaarne. See tähendab, et laused jõuavad kuulajani sõna sõna järel ning ta ei saa haarata korraka kogu lauset nagu lugedes. Seetõttu vajab suuline tekst kirjalikuga võrreldes lihtsustamist ja lineaarsusega arvestamist. Selleks tasub jälgida seitset põhimõtet.

1. Suulises kokkuvõttes peaks olema võimalikult **lihtne ja konkreetne** sõnavara. See tähendab võimalikult vähe termineid, võõrsõnu ja haruldasi sõnu. Samuti tasub meeles pidada, et suuline keel armastab kordusi, mitte sünonüüme.
2. Suulises tekstis tuleks vältida lühendeid (välja arvatud üldtuntud lühendid) ja akronüüme, mida kirjalik ametikeel väga armastab.
3. Suulise lause ideaal on lihtne lause = lühike lause. Suulise osalause pikkus peaks olema maksimaalselt viis-kuus sõna ja lause pikkus kaks osalauset.

4. Suuline lause ei armasta erinevalt kirjast täiendite kobaraid ja koondkonstruktsioone, mida on raske jälgida. Seetõttu tuleks vältida mitut täiendit sama põhisõna ees.
5. Oluline, keskne info peaks olema lauses ees ja laiendused järel. Ennekõike tähendab see, et põimlausetes peaks olema pealause kõrvallause ees ning allikaviide tsitaadi või referaadi alguses.
6. Omavahel seotud lause osad peaks olema võimalikult lähestikku. Vältida tuleks hõlmatud põimlauseid, milles kõrvallause lõikab pealause pooleks.
7. Eriti tuleks hoiduda lauselühenditest ja nominaalstiilist.

### Pressiteade

Kui kokkuvõtte kaks varianti on tehtavad üheskoos, siis pressiteade on neist erinev tekst.

Esmalt, pressiteade peab vaatama korraga kolmes suunas. See peab olema kasulik ja vajalik (a) lugejale, (b) ajakirjanikule ja (c) oma asutusele. Neist kolmest on kesksed lugejad ja nende kõrval teadet vahendavad ajakirjanikud. Ainult asutuse huve teeniv teade võib ju ka avaldamist leida, kuna internetis ruumi on ja väljaande toimetaja ei pruugi olla just hoolas inimene. Aga see jääb siiski surnud tekstiks, mis ei paku kellelegi huvi. Seetõttu on kõige olulisem mõelda lugejatele ja avalikkuse huvile ja ajakirjanduse uudisväärtustele. See on ühtlasi mõtlemine samas suunas ajakirjanikuga, kes pressiteadet kasutab.

Olulisim on mõelda, millise info paneks ajaleht esikohale **lugejat arvestades**. See tähendab, et asutuse seisukohast olulisim info ei pruugi olla olulisim, mõjuvaim lugejate ehk tavaliste inimeste jaoks. Nagu igasugune ajakirjandustekst, peab ka pressiteade arvestama uudisväärtusi, mille alusel ajakirjanik otsustab, kas kirjutada, kui pikalt kirjutada ja kuidas kirjutada. Keskse uudisväärtusega on sündmuse (nt seadusemuudatuse) mõju inimestele ning lähedus inimese igapäevaeluga. Selle kõrval on olulised sündmuse ootamatus, sündmusega seotud prominendid, selles olev konflikt/vastasseis, aga ka värskus ja päevakajalisus.

Loomulikult peab pressiteade mõtlema **ka oma asutusele**. Pressiteate koostaja saab valida ja otsida lisaks fakte, mis suurendavad teate uudisväärtust. Ja kindlasti on oluline mõelda, kuidas saaks oma asutust antud sündmuses positiivsena ja aktiivsena näidata, aga ilma keerutamata või valetamata.

Pressiteate vahendaja on ajakirjanik. Ajakirjanikul on alati kiire, seetõttu tasub talle võimalikult **palju ette anda**. Just see tagab, et väljaandesse läheb maksimaalselt asutusele sobiv tekst.

Ajakirjanikule tuleb anda piisavalt **infot** (ka taustainfot), et ta ei peaks tulema puuduvaid tükke juurde küsima. Pressiteade peaks vastama uudise küsimustele: mis toimub, kes, kus, millal, kuidas, miks.

Ajakirjanik vajab uudise jaoks **fakte ja tsitaate**. See tähendab, et oluline on mall väide + näide/fakt. Paljaid väiteid ei taha leht kasutada. Kindlasti tuleks kontrollida, et faktid oleks selged, mitte arusaamatud või umbmäärased. Vältida tuleks triviaalsusi ja asjatundjatest tegijatele armast ülipetsiifilisust, millest lugejad üldjuhul ei hooli.

Ja lõpuks: pressiteade tuleb kirjutada nii, et seda oleks ajakirjanikul **lihtne toimetada**. Selle parim variant on klassikaline kõva uudise mall ehk pööratud püramiid, mille põhireegel on lihtne: tähtsam info enne, vähem tähtis hiljem. See tähendab, et pressiteate ülesehitus ei ole alati sama kui kokkuvõtte ülesehitus.

Esimene asi on teha **juhtlõik** ehk pressiteate esimene lõik. Sellesse tuleb valida fakt, mis on **lugejale/ajakirjanikule** kõige suurema uudisväärtusega (see ei pruugi alati olla kõige tähtsam ministeeriumi jaoks). Juhtlõigul on kaks rolli:

1. Juhtlõik peab andma teema nii edasi, et muu saab vajadusel sabast ära jätta.
2. Juhtlõik peab meelitama edasi lugema.

Edasine on käteosavus.

- Juhtlõik tuleks kohe järgmises lõigus lahti rääkida.
- Teksti tuleb arendada edasi teemade kaupa.
- Pikemalt ja detailsemalt tuleb lahti kirjutada olulisemad alateemad.
- Faktid ja hinnangud tuleb pidada lahus.
- Ajakirjandus vajab ja armastab tsitaate, seepärast on oluline lisada alati tsitaat oluliselt isikult. Tsitaati pannakse arvamusi ja olulist infot (mitte tühje kõmisevaid lauseid). Tsitaat olgu lühike: üks lause on parim. Ja lõpuks: tsitaat peegeldab asutuse seisukohta, aga ei pressi seda peale.

### **Kokkuvõtmine ja pressiteate kirjutamine**

Kokkuvõtte ja pressiteade on tulemused, nende tegemine on protsess, mille kohta antud soovitude järgimine aitab jõuda hea tulemuseni. Need soovitused saab kokku võtta kümneks punktiks.

1. Loe lähtetekst läbi ilma märkmeid tegemata.
2. Loe lähtetekst teist korda läbi. Märki ära olulised kohad (teemalaused, ideed, väited jne), mida peaks kokkuvõttes või pressiteates edasi andma. Jäta ülejäänud kõrvale.
3. Leia valitud kohtadest teksti tuum ja sõnasta see. Tõsta see oma teksti algusesse.
4. Vali tuumaga seotud ja esitamiseks vajalikud alaosad (alateemad, näited jm) ja paiguta need kokkuvõtte või pressiteate jaoks sobivasse järjekorda.
5. Lühenda, tihenda, üldista, sõnasta ümber (jäta ära taust, kõrvalepõiked, mõttekordused, liigsed detailid).
6. Ühenda tükid sidusaks tekstiks.
7. Kontrolli üle, et algteksti mõte oleks edasi antud
8. Kontrolli, kas tehtud tekst on adressaadile igas osas mõistetav.
9. Kontrolli objektiivsust ja autoritruudust (et ei oleks hinnanguid, omapoolseid lisandusi).
10. Kontrolli lausestust ja õigekeelt ning vajaduse korral paranda.