



**OPAS SAAVUTETTAVAMMAN  
VIESTINNÄN TEKEMISEEN**

**KANSIO** 

## Sisällysluettelo:

Mikä tämän oppaan tarkoitus on?	3
Mitä on saavutettava viestintä?	4
Saavutettavan sisällön tuottaminen	5
Oleellinen sisältö pitää näkyä heti	6
Jätä tyhjää tilaa	7
Kiinnitä huomio typografiaan	8
Valitse värit oikein	10
Vältä visuaalista hälyä	12
Muista visuaalinen hierarkia	13
Määrittele otsikot	14
Viesti oikein kohderyhmällesi	15
Lisää linkit oikein	16
Vältä verkkosivuille lisättyjä liitetiedostoja	16
Tieto ei saa olla pelkästään kuvassa	17
Lisää tekstivastineet kuville	17
Audio ja video	18
Videoiden tekstitys	18
Liikkuva sisältö	19

## MIKÄ TÄMÄN OPPAAN TARKOITUS ON?

Opas kerää yhteen käytännönläheisiä vinkkejä ja esimerkkejä siitä, miten viestinnästä voi tehdä saavutettavampaa. Tässä oppaassa käsitellään saavutettavuutta sisällöntuottajan näkökulmasta. Teemat keskittyvät sosiaalisen median sisällöntuoton, videoiden ja kuvien julkaisuun sekä nettisivujen päivittämisen ympärille.

Ei ole yhtä oikeaa tapaa tehdä viestinnästä saavutettavaa, eikä kaikille ihmisille toimi samalla tavalla saavutettavat asiat. Ei ole olemassa sellaista opasta, joka kertoisi yhden oikean ratkaisun. Siksi tähän oppaaseen on kerätty tärkeimmät vinkit ja työkalut.

Kaikkea sisältöä emme varmasti jatkossakaan pysty tarjoamaan saavutettavasti, mutta tavoitteena onkin tehdä aina saavutettavampaa kuin aiemmin.

Sisällön muuttaminen saavutettavaksi on iso työ, ja siksi se kannattaa aloittaa heti ja edetä pala palalta. Koko työyhteisön tulee tietää ja ymmärtää saavutettavuuden merkitys viestinnässä. Esihenkilöiden ja johtavassa asemassa olevien työntekijöiden, tulee tuoda päätös kaikkien tietoon.

On tärkeä huomioida eri taustoista tulevat jäsenet ja tarjota heille sopivassa muodossa tietoa toiminnastamme. Lisäämällä tietoisuutta saavutettavuudesta ja antamalla työkaluja sen kehittämiseen ja saavutettavan viestinnän tuottamiseen, pystymme palvelemaan laajempaa joukkoa.

# MITÄ ON SAAVUTETTAVA VIESTINTÄ?

**Saavutettavuudella tarkoitetaan informaation esittämistä siten, että se on aina kaikkien saatavilla. Sisällön tulee olla kaikkien ihmisten luettavissa (nähtävissä tai kuultavissa) heidän rajoitteistaan tai sisällön esitysvasta huolimatta.**

Saavutettavuus on verkkomaailman esteettömyyttä.

Tyypillisesti mietimme saavutettavan viestinnän toteuttamisessa sitä, kuinka se toimii näköongelmaiselle käyttäjälle. Todellisuudessa saavutettavuus auttaa meitä kaikkia.

Erityisesti saavutettavasta viestinnästä hyötyvät näkö- ja kuulovammaiset, he joilla on hahmottamiseen tai muistamiseen liittyviä vaikeuksia, motoristisista ongelmista kärsivät ihmiset, iäkkäät, lapset, nuoret sekä maahanmuuttajat ja he joille suomen kielen ymmärtäminen on vaikeaa ja haasteellista. Suomessa puhutaan yli 150 eri kieltä. Kun lasketaan yhteen kaikki nämä kohderyhmät, voisimme saavutettavalla sisällöllä auttaa 1,5-2,5 miljoonaa henkilöä Suomessa.

Useita kolmannen sektorin toimijoita velvoittaa saavutettavuusdirektiivi ja vaikei se olisikaan lakisääteinen velvollisuus, me kaikki hyödynne saavutettavammasta viestinnästä. Telemällä saavutettavaa viestintää ja laajentamalla käyttömahdollisuuksia, lisäämme osallisuutta yhteiskunnan eri toimintoihin, oikeudenmukaisuutta sekä lisäämme yhdenvertaisuutta. Siksi saavutettavuus on myös arvovalinta.

# SAAVUTETTAVAN SISÄLLÖN TUOTTAMINEN

Vaikka usein saavutettavuudesta puhutaan digitaalisten palvelujen yhteydessä, samalla tavalla fyysisten dokumenttien ja tulosteiden kohdalla on hyvä huomioida saavutettavuutta. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi värien ja fonttien valintaa, yleisesti selkää kieltä tai vaikka tekstin asettelua ja tyhjän tilan suhdetta. Myös valitulla viestintäkanavalla on merkitystä.

Useimmat virheet olisivat korjattavissa, jos niihin kiinnitetäisiin huomiota. Tällaisissa tilanteissa kyse on lähes aina siitä, ettei sisältöä tehtäessä, kirjoittaessa, kuvia lisätessä tai nettisivuja päivitettäessä olla huomioitu mm. näitä oppaassa esiin nostettuja asioita. Julkaisijan vastuulla on esittää sisältö tarpeeksi ymmärrettävästi.

## 5 ASIAA, JOTKA VOIT TEHDÄ SAAVUTETTAVUUDEN ETEEN HETI

1. Tee merkitys selväksi koko työyhteisölle
2. Kartoita nykytilanne
3. Ala muokata sisältöä selkeämmäksi
4. Muuta liitetiedostot osaksi sivustoa
5. Lue tämä opas loppuun ja pidä vinkit mielessäsi, kun teet tai julkaiset jotain seuraavaksi

## OLENNAINEN SISÄLTÖ PITÄÄ NÄKYÄ HETI

Tärkein ja oleellisin asia tulee laittaa selkeästi esille heti alkuun. Nettisivuilla tämä tarkoittaa sitä, että sivun yläreunaan ei tule lisätä mitään visuaalista elementtiä vain tyylin vuoksi. Suuri kansikuva tai bannerikuva saattaa peittää koko näytön, jolloin teksti ei näy ilman sivun vierittämistä. Sisällön järjestys tulee olla looginen ja mielekäs asian ymmärtämisen kannalta.



## JÄTÄ TYHJÄÄ TILAA

Sisällöt kannattaa esittää sopivan pieninä kokonaisuuksina, jotta ne on helppo erottaa selkeästi toisistaan. Tietoa ei saisi laittaa liikaa pieneen tilaan. Tyhjällä tilalla on tarkoitus tuoda haluttu viesti esiin selkeästi. Nettisivuja päivittäessä ja lisätessä sisältöä, tämä tarkoittaa, että sivua pitää selata pidemmälle, mutta sitä ei tarvitse arastella.

Kokoomus haluaa kehittää Suomea vapaaseen, länsimaiseen yhteiskuntajärjestykseen perustuvana avoimena yhteiskuntana, jossa yksilönvapaus ja ihmisoikeudet on turvattu. Kokoomus ja sen aate ovat osa demokraattisten maiden keskusta oikeistolaisten puolueiden muodostamaa yhteisöä. Se jakaa samat yhteiset vapauden ja demokratian arvot ja haluaa niiden pohjalta tehdä työtä ihmisten, yhteiskuntien ja ympäristön hyväksi. Nykyhetkessä tehtävät valinnat määrittävät tulevaisuutta vuosiksi tai vuosikymmeniksi eteenpäin. Erityisesti ympäristön kuormittamisen vähentämiseksi on tehtävä jatkuvaa työtä, joka alkaa jokaisen arkisista valinnoista.



Kokoomus haluaa kehittää Suomea vapaaseen, länsimaiseen yhteiskuntajärjestykseen perustuvana avoimena yhteiskuntana, jossa yksilönvapaus ja ihmisoikeudet on turvattu.

Kokoomus ja sen aate ovat osa demokraattisten maiden keskusta oikeistolaisten puolueiden muodostamaa yhteisöä. Se jakaa samat yhteiset vapauden ja demokratian arvot ja haluaa niiden pohjalta tehdä työtä ihmisten, yhteiskuntien ja ympäristön hyväksi.

Nykyhetkessä tehtävät valinnat määrittävät tulevaisuutta vuosiksi tai vuosikymmeniksi eteenpäin. Erityisesti ympäristön kuormittamisen vähentämiseksi on tehtävä jatkuvaa työtä, joka alkaa jokaisen arkisista valinnoista.



## KIINNITÄ HUOMIO TYPOGRAFIAAN

Fontin eli kirjasintyyppin valinnalla on suuri merkitys sen luettavuuteen. Valitsemalla helppolukuisen fontin, ja kiinnittämällä huomiota valintoihin kirjasintyyppiä käytettäessä mahdollistamme helpomman luettavuuden meille kaikille.

Monella fontilla on useita eri vaihtoehtoja eli leikkauksia. Voit käyttää samasta fontista esimerkiksi normaalia tekstikokoa leipätekstissä ja otsikoissa saman fonttiperheen lihavoitua kirjasinta sen sijaan, että sekoittaisit useita eri fontteja.

### TARKISTA NÄMÄ:

- Kirjasinkoko on tarpeeksi suuri
- Kirjasintyyppi on selkeä ja helppolukuinen, eikä siinä ole kiemuroita
- Tekstin ja taustan välillä on tarpeeksi kontrastia eli värisävyjen eroa
- Tekstirivit ovat tarpeeksi lyhyitä
- Tekstin riviväli on tarpeeksi suuri
- Tekstin kappalevälit ovat tarpeeksi suuret
- Suuraakkosten sijaan pienaakkosia on helpompi lukea
- Samaan julkaisuun ei kannata valita useita eri kirjasintyyppiejä
- Tasaa teksti vasemmalle
- Vältä *kursivointia*, alleiviivauksia ja SUURAAKKOSIA





## SUOSI NÄITÄ

Tekstin koko ja riviväli on riittävän suurta

**Abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyzääö**

Hyvä kontrasti



Helppolukuinen fontti

Abcdefghijkl

Pienaakkosin kirjoitettu sana on helpompi hahmottaa

Abcdefghijkl

Ei turhia muotoiluja

Abcdefghijkl

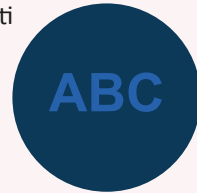
## VÄLTÄ NÄITÄ



Pieni fonttikoko ja liian tiivis riviväli

Abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyzääö

Huono kontrasti



Vaikealukuinen fontti

Abcdefghijkl

Suuraakkosia on vaikeampi lukea

ABCDEFGHIJKL

Kursivointia tai alleviivauksia

Abcdefghijkl

## VALITSE VÄRIT OIKEIN

Väreillä luodaan tunnelmaa, mutta niillä välitetään myös informaatiota. Tässä voi tulla haasteita esimerkiksi väreillä tehty informaatio saattaa olla kulttuurisellisesti ristiriidassa tai värisokea saattaa tulkita informaation eri tavalla kuin se on tarkoitettu.

Värien käytössä on tärkeää käyttää riittävää kontrastia tekstin värin sekä taustavärin välillä, jotta sen pystyy lukemaan helposti.

Väri yksinään ei saa olla merkittävä tekijä sisällössä. Esimerkiksi oikein tai väärin täytettyjä lomakkeen kohtia ei voi merkitä punaisella ja vihreällä elementillä. Tarkoitus on tultava ymmärretyksi, vaikka värejä ei käytettäisi.

Paras kontrasti syntyy laittamalla mustaa tekstiä valkoiselle pohjalle. Tarpeeksi tumma teksti vaalealla pohjalla on pääsääntöisesti hyvä valinta, sillä se parantaa luettavuutta ja lukunopeutta ihan kaikilla.

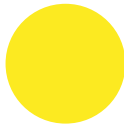
### TARKISTA NÄMÄ:

- Minkään asian merkitystä ei ole osoitettu pelkästään väreillä
- Värien poistaminen ei vaikuta sisällön merkitykseen
- Värit ovat selkeästi toisistaan erottuvia (myös värisokeille)
- Värit tai väri ei ole ylisaturoitu (erittäin voimakas)
- Värien keskinäinen kontrasti on riittävä

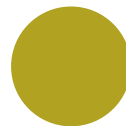
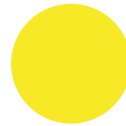
**TODELLISET  
VÄRIT**



**PUNASOKEAN  
SILMIN**



**VIHERSOKEAN  
SILMIN**



## VÄLTÄ VISUAALISTA HÄLYÄ

Jätä pois kaikki ylimääräinen, mikä ei ole oleellista viestin ymmärtämisen kannalta. Älä siis lisää turhia kuvia tai elementtejä, joiden tarkoitus on olla vain koristeellisia. Vaikka se näyttäisi tyylikkäältä, se ei sisällä tärkeää informaatiota.

Älä lisää nettisivuille turhia ilmoituksia, liikkuvia elementtejä tai efektejä. Näitä lisätessä tulee aina harkita, onko ne oleellisia.

Vältä myös taustakuvien tai videoiden käyttämistä. Jos sellaisia kuitenkin on käytössä niin näistä on parempi valita kuva, joka ei sisällä yksityiskohtia tai muita sellaisia elementtejä, jotka vaikeuttavat sisällön hahmottamista kuvan päältä.



## MUISTA VISUAALINEN HIERARKIA

Visuaalisella hierarkialla pystytään viestimään siitä, mikä osa tekstiä tai sivua on tärkein. Oikeanlaisella otsikolla on suuri merkitys tekstin ja sisällön hahmottamiselle. Otsikko kiinnittää lukijan huomion, jolloin se luetaan ensin ja vasta sen jälkeen siirrytään varsinaisen tekstin lukemiseen. Hyvä otsikko voi määrittää sen, tuleeko tekstisi edes luetuksi.

Otsikointi on tärkeää myös hakukoneoptimoinnin kannalta.

# IHAN

*Ja joskus myöhemmin saatat palata lukemaan tämän tekstin, tai sitten et.*

# ENSIN SINÄ LUET TÄMÄN OTSIKON.

## Toisena luet tämän tekstin.

Tätä tekstikappaletta palaat lukemaan myöhemmin, mikäli aihe oikeasti kiinnostaa sinua. Tämän lukeminen tuntuu vaivalloiselta koska tässä on paljon tekstiä pienellä fontilla ja pienessä tilassa. Moni jättää tämän tekstikappaleen kokonaan lukematta, mikäli aihe ei ole heille tärkeä. Tämän takia on todella tärkeää kiinnittää huomiota visuaalisen hierarkiaan kun julkaiset tekstiä ja sisältöjä.

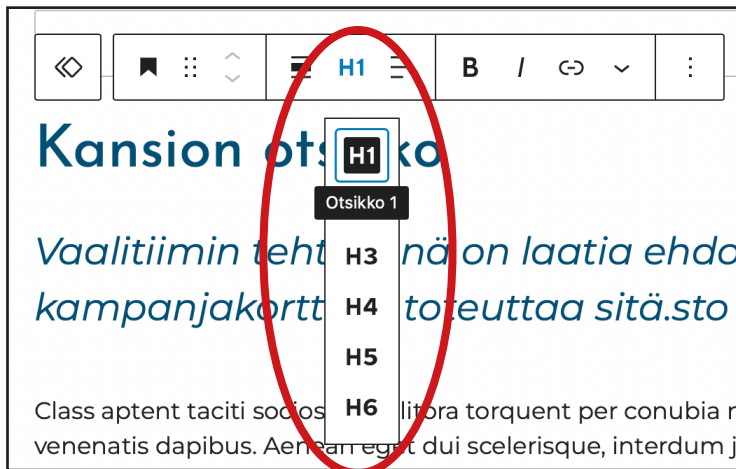
- **Todennäköisesti**
- **sinä luet tämän**
- **tekstin kolmantena.**

## MÄÄRITTELE OTSIKOT

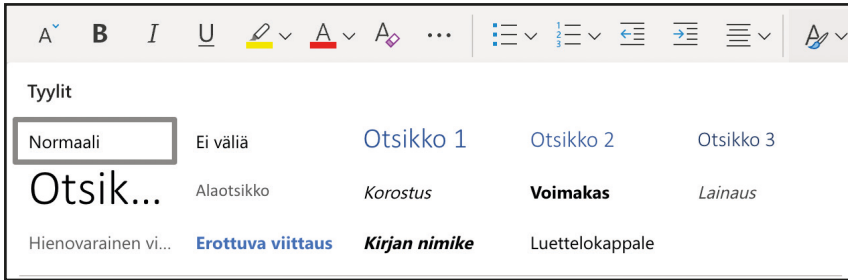
Otsikoita lisättäessä verkkosivuilla tai dokumenteissa, on tärkeää käyttää visuaalisen muotoilun (lihavointi, fonttikoon vaihtaminen) sijaan otikkotasojen määrittelyä hierarkistesti. Tämä tarkoittaa nettivuilla H1, H2, H3 tasojen valitsemista tekstieditorissa. Wordissa sama tehdään käyttämällä tyylejä. Näin myös näkörajoitteiset käyttäjät voivat lukea tekstiä tai käyttää nettisivuja apuvälineillä ja ruudunlukijalla.

### TARKISTA NÄMÄ:

- Sivulla oltava selkeä otsikko (title)
- Otsikon tulee kuvata sivun sisältöä tai tarkoitusta
- Käytä väliotsikoita
- Verkkosivuilla ja dokumenteissa, otsikot tulee määrittellä otsikkotyypleillä. Pelkkä tekstin muotoilu ei riitä!



Tyylien määrittely nettisivuilla HTML-elementeillä. H1 on yleensä sivun nimi, eli aloita käyttämällä H2-tyyliä.



Tyylien määrittely Wordissä.

**Otsikko 1** on koko asiakirjan otsikko. Etene tästä hierarkiassa otsikkotasojen mukaan. Leipäteksti on tyyliiltään **Normaali**.

## VIESTI OIKEIN KOHDERYHMÄLLESI

Yksi helpoimmista korjattavista asioista on kielen huoltaminen. Teksti tulee aina kirjoittaa kohderyhmällesi ymmärrettävällä kielellä. Usein alalla käytetyt erikoistermit eivät ole yleisesti ymmärrettäviä.

Lisäksi lukijan tausta ja koulutus sekä se, miten hyvin käsiteltävä aihe on hänelle tuttu, vaikuttaa asian ymmärtämiseen. Tämän merkitys korostuu silloin kun lukija on ensimmäistä kertaa lukemassa tietoa aiheesta. Alun perin asiantuntijakäyttöön tehdyt tekstit voi muotoilla uusiksi niin, että maallikkokin ymmärtää ne. Lähtökohtana on, että hyvä yleiskieli on aina sopiva vaihtoehto.

Vieraskielisiä sanoja ja ilmaisuja tulee välttää. Kielikuvilla ja sanonnoilla voidaan pirstuttaa tekstiä, mutta jos kyse on tiedon jakamisesta tai asiatekstistä, on syytä jättää kaikki kielikuvat pois ja pysyä asiassa. Hyvä yleiskieli riittää suurimmalle osalle lukijoista, kuitenkin joskus voi olla tarve käyttää selkokieltä, jossa asiat ilmaistaan vielä helpommin.

## LISÄÄ LINKIT OIKEIN

Nettisivuille lisätyn linkin tulee aina kertoa mihin se linkki käyttäjän siirtää, tai mitä linkin klikkaaminen saa aikaan.

Sen sijaan että tekstilinkki olisi muotoiltu **“Lue lisää”** tekstillä, pitääkin kertoa suoraan se, mitä linkin takana on ja siirtääkö se sinut toiselle sivulle. Lyhyen “lue lisää” linkin voi korvata pidemmällä ja kuvaavammalla tekstillä kuten **“Tästä linkistä pääset tutustumaan koulutuskalenteriimme”**.

## VÄLTÄ VERKKOSIVUILLE LISÄTTYJÄ LIITETIEDOSTOJA

**Pyri lisäämään kaikki sisältö nettisivuille eikä erillisiin ladattaviin liitetiedostoihin.**

Lisätietoa ja ohjeita saavutettavien dokumenttien kuten Word, Excel, Powerpoint tai PDF-tiedostojen tekemiseen löydät linkistä:

[www.saavutettavasti.fi/saavutettavat-asiakirjat/](http://www.saavutettavasti.fi/saavutettavat-asiakirjat/)

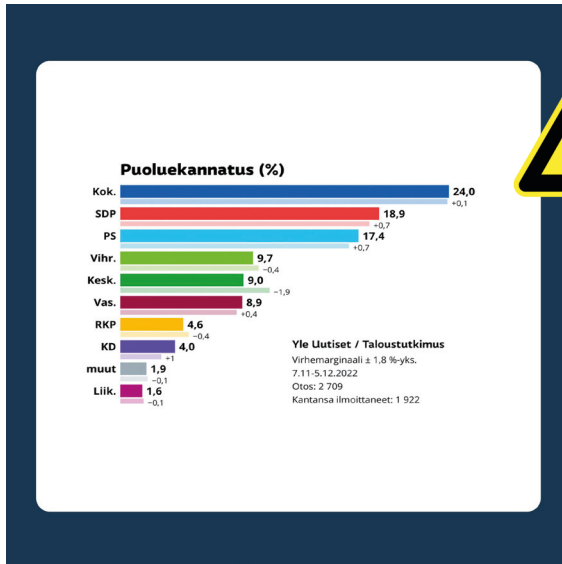
Esteettömien PDF-tiedostojen tekemiseen ja tarkistamiseen löydät työkalun linkistä:

<https://helpx.adobe.com/fi/acrobat/using/create-verify-pdf-accessibility.html>



## TIETO EI SAA OLLA PELKÄSTÄÄN KUVASSA

Tietoa ei pidä esittää pelkässä kuvatiedostossa, eli kuvan sisältämä teksti ei saa olla tiedon lähde. Tämä tarkoittaa, että esimerkiksi sosiaalisen median jakokuvassa oleva tieto pitää julkaista kuvatiedoston lisäksi myös tekstinä.



Tietoa sisältävä jakokuva somessa tarvitsee joko saatetekstin tai alt-tekstin, jossa kuvan esittämä tieto tulee esille, vaikka kuvaa ei pystyisi näkemään.

## LISÄÄ TEKSTIVASTINEET KUVILLE

Kuville ja videoille pitää aina syöttää tekstivastine eli niin sanottu alt-teksti. Tämä tekstivastine kertoo sokealle käyttäjälle mitä kuvassa näkyy. Mikäli kuvan sisältö ei ole merkityksellinen alt-tekstiä ei tarvitse lisätä.

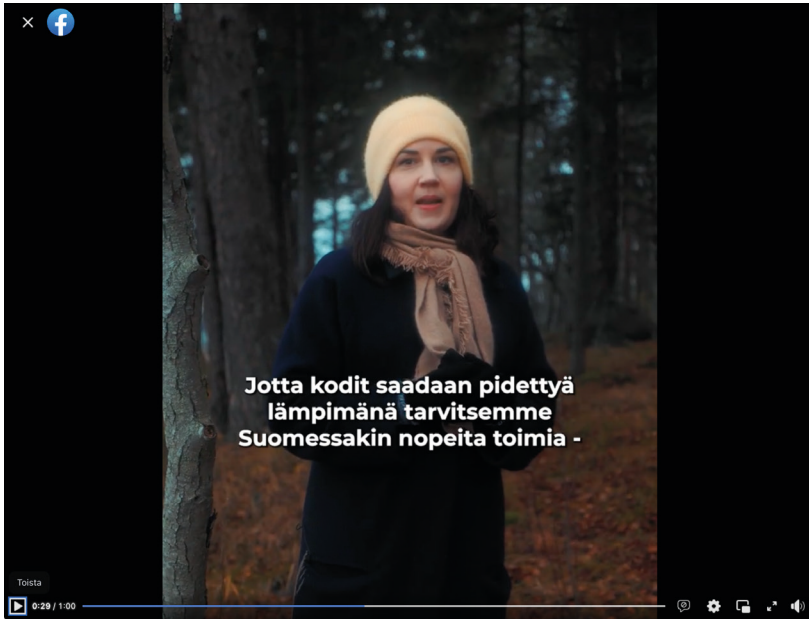
## AUDIO JA VIDEO

Ennalta nauhoitettujen videoiden ja äänitteiden sisältö (ei livelähetykset) tulee olla saatavilla äänen lisäksi myös luettava muodosssa. Audion eli äänen pitäisi olla laadukasta, jotta siitä saa hyvin selvää. Jos on mahdollista, käytä äänitettäessä mikrofonia.

## VIDEOIDEN TEKSTITYS

Videoilla pitää olla äänen lisäksi tekstitys. Tekstitys palvelee meitä kaikkia. Vaikka katsojalle ei olisi haasteita kuulemisen kanssa, katsomme videoita usein ilman ääniä.

- Laadukas tekstitys on selkeää yleiskieltä, joka noudattaa kielioppi- ja oikeinkirjoitussääntöjä
- Tekstiä voi tiivistää, kunhan viesti pysyy samana
- Jätä täytesanat pois
- Tekstityksen tulee näkyä hyvin videolta, lisää tarvittaessa tekstille taustaväri
- Tekstitys pitää ehtiä lukea, älä tekstitä liian pitkää pätkää kerrallaan
- Kaksirivisessä tekstityksessä luonteva kohta rivinvaihdolle on lauseiden välissä
- Kaksirivisessä tekstityksessä ylempi rivi on hyvä olla alempaa riviä lyhyempi
- Älä katkaise sanoja kahdelle riville
- Lyhenteet kirjoitetaan joko auki tai jätetään pois



Videoilla pitää olla tekstitys.

## LIIKKUVA SISÄLTÖ

Sisällön, joka liikkuu, välkky, vierittyy tai päivittyy itsestään, tulee olla käyttäjän kontrolloitavissa. Käyttäjän on voitava pysäyttää, laittaa tauolle tai piilottaa tällainen sisältö.

**Animointeja kannattaa käyttää harkiten tai jättää ne kokonaan pois.** Jos sisältö liikkuu esimerkiksi animoituna, tekstin tulee olla myös paikallaan niin kauan, että sen ehtii varmasti lukea.

Varmista ettei mikään sisältö ei vilku tai välähdä kuin enintään kolme kertaa sekunnissa. Epilepsiasta, migreenistä tai keskittymishäiriöstä kärsivät ihmiset eivät välttämättä pysty lukemaan liikkuvan sisällön lähellä olevaa tekstiä.



**MATERIAALIN ON TUOTTANUT  
KANSALLINEN SIVISTYSLIITTO  
OPINTOKESKUS KANSIO**

**[WWW.KANSIO.FI](http://WWW.KANSIO.FI)**