

# **VIESTINTÄÄ KAIKILLE**

Saavutettavan viestinnän opas kulttuuritoimijoille

Outi Salo



# **VIESTINTÄÄ KAIKILLE**

Saavutettavan viestinnän opas kulttuuritoimijoille

Kirjoittaja: Outi Salo

Ohjausryhmä: Aura Linnapuomi, Sari Salovaara ja Ahmed Al-Nawas

Kustantaja: Kulttuuria kaikille -palvelu / Kulttuuria kaikille tuki ry

Painos: 300 kpl

Taitto: Joonas Leppänen

Painopaikka: aDigi Oy, Helsinki 2013

Päivitetty versio 2013

ISBN: 978-952-6677-00-2 (nidottu)

ISBN: 978-952-6677-01-9 (pdf)

ISBN: 978-952-6677-02-6 (doc)

Julkaistu ensimmäisen kerran toukokuussa 2012 verkossa (DOC ja PDF).

Tämä opas on luettavissa verkkojulkaisuna osoitteessa

[www.kulttuuriakaikille.info](http://www.kulttuuriakaikille.info)

© Kulttuuria kaikille -palvelu / Kulttuuria kaikille tuki ry ja tekijät



VALTION TAIDEMUSEO

Opetus- ja kulttuuriministeriö

# Sisällys

1 Alkusanat.....	1
2 Mitä viestinnän saavutettavuus on? .....	1
3 Ohjeita suunnitteluun.....	2
3.1 Ulkoasun suunnittelu .....	3
3.1.1 Tekstin typografia .....	3
3.1.2 Värit.....	4
3.2 Tieto kohteen saavutettavuudesta .....	5
3.2.1 Symbolien käyttö.....	6
3.2.2 Kerro viestinnässäsi ainakin nämä saavutettavuustiedot .....	6
3.2.3 Kerro mahdollisuuksien mukaan myös nämä tiedot .....	8
3.3 Kielivaihtoehtojen tarjoaminen .....	10
3.4 Selkeä kieli .....	10
3.5 Selkokieli .....	11
3.6 Ymmärtämisen tukeminen taustatiedon avulla.....	12
3.7 Sana- ja termivalinnat .....	12
4 Viestinnän kohdentaminen .....	13
4.1 Kenelle kannattaa kohdentaa viestintää saavutettavista palveluista? .....	13
4.2 Erityishuomioita eri kulttuuritaustaisille ihmisille suunnatusta viestinnästä ....	16
5 Viestintävälineiden saavutettavuus .....	17
5.1 Verkkosivut.....	18
5.1.1 Tilaajan muistilista: verkkosivuston graafinen suunnittelu.....	18
5.1.2 Tilaajan muistilista: verkkosivuston tekninen toteutus.....	19
5.1.3 Ylläpitäjän muistilista.....	20
5.1.4 Verkkokirjoittaminen.....	21
5.1.5 Verkkosivuston esteettömyyden testaajia ja testausohjeita .....	21
5.2 Esitteet .....	22
5.3 Asiakaspalvelu .....	23
5.4 Viestintä paikan päällä .....	24
5.5 Suullinen esitys .....	24
6 Palautteen kerääminen.....	26
Lähteet.....	27
Liite: Lyhyt tarkistuslista viestinnän saavutettavuudesta .....	29

# 1 Alkusanat

---

Tämä saavutettavan viestinnän opas on suunnattu kulttuuriorganisaatioiden viestinnästä vastaaville henkilöille. Ohjeet on rajattu koskemaan ulkoista viestintää. Oppaan tarkoituksena on auttaa toteuttamaan kulttuuriorganisaation perusviestintää saavutettavasti.

Oppaassa tuodaan esiin viestinnän eri keinoja ja välineitä nimenomaan saavutettavuuden näkökulmasta. Luvun 3 ”Ohjeita suunnitteluun” neuvot kattavat suurimman osan viestintämateriaalien olennaisimmista saavutettavuuskysymyksistä. Lisäksi luvussa 5 ”Viestintävälineiden saavutettavuus” on nostettu esiin sellaisia välineitä, joihin on annettavissa saavutettavuuteen liittyviä erityisohjeita.

Kulttuuriorganisaatioissa tehdään paljon viestintää itse, mutta joitakin viestintämateriaaleja tai viestinnän osa-alueita saatetaan hankkia ostopalveluina. Saavutettavuusnäkökulman huomioimista kannattaa pyytää myös näiden tilattavien materiaalien ostopalvelujen tuottajilta. Asia kannattaa ottaa huomioon jo eri palveluntarjoajia kilpailutettaessa.

Oppaan liitteenä on lyhyt tarkistuslista, jonka avulla voi kartoittaa oman viestinnän saavutettavuuden nykytilannetta. Tarkistuslistaan on nostettu saavutettavan viestinnän ydinkysymyksiä, joista kerrotaan tarkemmin tässä oppaassa.

Oppaan tiedot on koottu useista lähteistä. Lähdeviittaukset on merkitty alaviitteinä, ja oppaan lopussa on kattava lähdeluettelo. Oppaan ohjeet koskevat osin muuttuvaa tietoa. Lisäksi eri lähteet saattavat tarjota keskenään ristiriitaista tietoa saavutettavuudesta. Siksi ohjeet eivät ole absoluuttisia totuuksia eivätkä ainoita oikeita tapoja tehdä saavutettavaa viestintää. Niiden on kuitenkin tarkoitus antaa oikeaa suuntaa ja työkaluja saavutettavuuden kehittämiseen.

Kulttuurituottajaopiskelija Outi Salo Humanistisesta ammattikorkeakoulusta kokosi oppaan osana opinnäytetyötään Kulttuuria kaikille -palvelun ohjauksessa. Oppaan työstämisessä on tehty yhteistyötä kulttuuriorganisaatioiden viestinnästä vastaavien henkilöiden ja saavutettavuusalan asiantuntijoiden kanssa.

## 2 Mitä viestinnän saavutettavuus on?

---

Saavutettavuus tarkoittaa sitä, että erilaisille ihmisille tarjotaan mahdollisimman hyvät osallistumismahdollisuudet riippumatta heidän yksilöllisistä ominaisuuksistaan. Saavutettavuus on yhdenvertaisuuden edistämistä. Suomessa käytetään synonyymeina käsitteitä esteettömyys ja saavutettavuus. Esteettömyys on kuitenkin totuttu liittämään erityisesti rakennetun ympäristön toimivuuteen, kun taas saavutettavuutta pidetään usein kokonaisvaltaisempana käsitteenä.

Hyvä saavutettavuus palvelee mahdollisimman hyvin mahdollisimman monia. Saavutettavia palveluita voivat käyttää täysipainoisesti toimintarajoitteiset, kuten kehitys-, liikunta- ja aistivammaiset henkilöt sekä kieli- ja kulttuurivähemmistöihin kuuluvat henkilöt, esimerkiksi viittomakieliset ja siirtolaiset.

Viestinnän saavutettavuus tarkoittaa, että annettu informaatio on sisällöltään ymmärrettävää, ulkoasultaan selkeää, helppokäyttöistä ja helposti saatavilla. Viestinnän saavutettavuuteen liittyy myös se, että oman kohteen esteettömyydestä ja saavutettavuudesta kerrotaan viestinnässä. Saavutettavan viestinnän edellytyksenä on muun muassa se, että käytettävä kieli on selkeää, verkkosivuja voidaan katsella erilaisten apuvälineiden avulla, tarvittava tieto löytyy helposti ja viestinnässä käytetään symboleja. Lisäksi tietoa voidaan vastaanottaa eri aisteilla, eli tietoa ei tarjota esimerkiksi vain visuaalisena.

Saavutettavaan viestintään liittyy kysymys siitä, tavoittaako tiedotus tehokkaasti uusia kävijäryhmiä. Lisäksi kannattaa pohtia, mitä ja kenelle viestitään sekä miten ja milloin viestintä toteutetaan. Tiedotusta ja mainontaa on tärkeää suunnata myös vähemmistöille.

Saavutettavuuden kehittäminen kannattaa. Se ilmaisee, että organisaatio on yhteiskunnallisesti vastuuntuntoinen eli välittää yhdenvertaisuudesta ja tasa-arvosta. Saavutettavuuden huomioon ottaminen on myös hyvää asiakaspalvelua. Kävijät saavat myönteisiä elämyksiä ja ilahtuvat, kun juuri heidät on otettu huomioon. Hyvään saavutettavuuteen panostava kulttuuritoimija löytää uusia yleisöjä ja saa sitä kautta taloudellisia hyötyjä. Saavutettavuuden edistäminen on myös kilpailuetu. Lisäksi mahdollisuudet hyödyntää uusia rahoituskanavia kasvavat.

Viestinnän kehittäminen saavutettavammaksi ei yleensä aiheuta ylimääräisiä, suuria kustannuksia. Esimerkiksi ymmärrettävä ja selkeä esite ei ole sen kalliimpi toteuttaa kuin muutkaan esitteet. Saavutettavuus on enemmänkin jokapäiväisessä työssä huomioitava näkökulma kuin erillinen kehitettävä asia.

### 3 Ohjeita suunnitteluun

---

Liikkeelle on helpointa lähteä kartoittamalla viestinnän saavutettavuuden nykytilanne esimerkiksi liitteenä olevan tarkistuslistan avulla. Sen jälkeen kannattaa tehdä viestinnän saavutettavuussuunnitelma, jossa määritellään tavoitteet, toimenpiteet, aikataulu ja vastuuhenkilöt. Suunnitelmaan kannattaa kirjata myös se, miten viestinnän saavutettavuuden kehittämistä seurataan ja arvioidaan.

Kaikkia tarvittavia muutoksia ei tarvitse eikä kannata tehdä kerralla. Saavutettavuustyön voi aloittaa esimerkiksi organisaation tärkeimmästä viestintävälineestä. Toinen vaihtoehto on korjata esiin nousseet suurimmat puutteet ensimmäisenä. On hyödyllistä tehdä erikseen pitemmän aikavälin suunnitelma, jossa toimenpiteet asetetaan tärkeysjärjestykseen. Saavutettavuustyötä voi pikkuhiljaa

lähteä laajentamaan omien resurssien mukaan ja huomioida erityisesti asiakkaiden ja sidosryhmien toiveita.

Aikataulussa on hyvä ottaa huomioon, että esimerkiksi verkkosivujen muutokset on edullisinta tehdä sivuston suunnittelemisen tai uudistamisen yhteydessä. On järkevämpää ottaa saavutettavuus huomioon alusta lähtien kuin tehdä suuria muutoksia jälkikäteen.

## 3.1 Ulkoasun suunnittelu

Huolellisella ulkoasun suunnittelulla materiaaleista saa selkeät, helppolukuiset ja houkuttelevan näköiset. Tekstin ulkoasulla voidaan vaikuttaa paljon luettavuuteen. Hyvä yleisohje on, että kaikista materiaaleista kannattaa tehdä visuaalisesti mahdollisimman selkeitä ja rauhallisia. Kun ulkoasu pidetään yksinkertaisena, lukijan huomio kohdistuu olennaisiin asioihin ja lukeminen sujuu nopeasti. Jos organisaatio tilaa graafisen suunnittelun ostopalveluna, graafikkoa on tärkeää pyytää ottamaan saavutettavuus huomioon.

Tässä oppaassa olevia typografian ja värien käytön ohjeita voi soveltaa kaikkiin visuaalisiin materiaaleihin, kuten verkkosivuihin, esitteisiin, julisteisiin, mainoksiin, flyereihin, asiakaslehtiin ja opasteisiin.

### 3.1.1 Tekstin typografia

Typografia tarkoittaa kirjaintyyppien valintaa, käyttöä ja siitä syntyvää tekstin asua.<sup>1</sup>

- Tarpeeksi suuri kirjainkoko helpottaa lukemista. Leipätekstissä tyypillisesti käytettävä pistekoko on 9,5–11, mutta koon valinta riippuu kohderyhmästä ja kirjaintyypistä eli fontista.<sup>2</sup> Selkotekstin pistekokosuositus on 11–16<sup>3</sup>, ja heikkonäköisille suunnatun tekstin on hyvä olla pistekokoa 16<sup>4</sup>.
- Rivivälit kannattaa jättää tarpeeksi väljiksi. Rivivälin valinta riippuu kirjainkoosta sekä rivin pituudesta. Pitkät rivit vaativat enemmän riviväliä. 55–60 merkin palstassa rivivälin olisi hyvä olla 2–3 pistettä kirjainkoko suurempi, eli esimerkiksi 12 pisteen tekstissä rivivälin suuruus on 14–15 pistettä.<sup>5</sup>
- Parhaana rivin pituutena pidetään yleensä 55–60 merkkiä (välit mukaan lukien). Miniminä pidetään 35–40 merkkiä ja maksimina 90 merkkiä.<sup>6</sup>

<sup>1</sup> Itkonen 2012

<sup>2</sup> Itkonen 2006, 75–76

<sup>3</sup> Virtanen 2002, 58–59 ja 2009, 121

<sup>4</sup> Näkövammaisten Keskusliitto ry 2011

<sup>5</sup> Itkonen 2003, 71 ja 2006, 77 & Virtanen 2009, 121

<sup>6</sup> Itkonen 2003, 70 ja 2006, 77 & Virtanen 2009



- Palstan muodoksi kannattaa valita oikean reunan liehu, jota ei tavuteta. Tämä tyyli on välttämätön selkokielisissä teksteissä ja julkaisuissa sekä näkövammaisten lukijoiden kannalta. Lisäksi se sopii hyvin myös muille lukijoille. Kun palstassa on oikean reunan liehu, jota ei tavuteta, sanojen välit pysyvät samanpituisina ja teksti on helpompi hahmottaa.<sup>7</sup>
- Varsinaista yksimielisyyttä ei ole siitä, onko painettu leipäteksti luettavampaa käytettäessä päätteellistä kirjaintyyppiä eli antiikvaa (esim. Times New Roman) vai päätteetöntä eli groteskia kirjaintyyppiä (esim. Arial tai Verdana). Verkkosivuilla päätteetön kirjaintyyppi on helpompi lukea. Luettavuuteen vaikuttaa muodon lisäksi myös kirjaintyyppin tutuus: siksi yleisiä kirjaintyyppejä kannattaa käyttää. Epätavallista muotoa, esimerkiksi kaunokirjoitusta jäljittelevää tekstiä, on vaikea lukea.<sup>8</sup>
- Kirjaintyyppi ei saa olla liian kapea (condensed) tai laiha (light).<sup>9</sup>
- Pienaakkoset eli gemenat ovat luettavampia kuin suuraakkoset eli versaalit. Tämä koskee myös otsikoita.<sup>10</sup>
- Lihavointi ja kursivointi lisäävät painotekstin luettavuutta harkitusti käytettynä.<sup>11</sup> Alleiviivausta kannattaa käyttää vain linkkien korostamiseen.<sup>12</sup>
- Niin sanotussa negatiivitekstissä (valkoinen teksti mustalla pohjalla) täytyy ottaa huomioon kirjainten paksuus, varsinkin jos teksti painetaan. Painoväri saattaa levitä sen verran, että kirjainten ohuet viivat peittyvät. Tasavahva groteski on siksi hyvä valinta negatiiviteksteihin.<sup>13</sup>

### 3.1.2 Värit

- Väripohjien käytössä kannattaa olla varovainen, sillä kirjainten ja taustan välinen kontrasti vaikuttaa luettavuuteen jopa enemmän kuin kirjainten koko.<sup>14</sup> Musta teksti luonnonvalkoisella pohjalla on kaikkein luettavinta. Myös kellertävä ja muut vaaleat värit soveltuvat tekstin taustalle, mutta kontrasti kannattaa pitää riittävän suurena. Värillistä tekstiä mustalla pohjalla on hankalaa lukea.<sup>15</sup> Tekstin tausta kannattaa olla yksivärinen: varsinkin kirjainten takana olevat kuviot voivat hankaloittaa lukemista. Tekstiä ei siis kannata laittaa edes osittain kuvan tai kuviollisen taustan päälle.<sup>16</sup>

<sup>7</sup> Itkonen 2006, 80; Näkövammaisten keskusliitto 2011, Virtanen 2002 ja 2009, 122

<sup>8</sup> Itkonen 2006, 76; Virtanen 2009, 120; Valtiovarainministeriö 2004, 41 & Wiio 2004, 203

<sup>9</sup> Itkonen 2006, & Virtanen 2009, 120

<sup>10</sup> Virtanen 2002, 57 & Itkonen 2003, 62

<sup>11</sup> Itkonen 2003, 94 & Wiio 2009, 105

<sup>12</sup> Itkonen 2003, 94 & Wiio 2004, 208

<sup>13</sup> Itkonen 2003, 95

<sup>14</sup> Näkövammaisten Keskusliitto ry 2011

<sup>15</sup> Svensson 2003, 40; Virtanen 2002, 57

<sup>16</sup> Ohtonen 2002, 78; Näkövammaisten Keskusliitto ry 2011

- Ota huomioon puna-viher- ja violetti-viher-sokeus. Mitään informaatiota ei kannata jättää pelkästään värin varaan.<sup>17</sup> Esimerkiksi verkkosivuilla näkyvässä lippujen varaustilanteessa punainen kuvio voisi tarkoittaa täyteen varattua ja vihreä kuvio sitä, että lippuja on runsaasti jäljellä. Kuvioiden olisi hyvä poiketa toisistaan (esim. punainen kolmio = täyteen varattu ja vihreä pallo = vapaita lippuja), jotta tieto välittyy niillekin, jotka eivät erota värejä toisistaan. Samoin esimerkiksi linkkejä ei kannata korostaa pelkällä värillä, vaan myös alleviivauksella. Symboleissa on aina oltava sanallinen selitys, ja verkkosivustolla niille tulee tarjota tekstivastineet.

### Lisätietoa selkeästä graafisesta suunnittelusta

- Itkonen, Markus 2006. Typografia ja luettavuus. Teoksessa Leskelä, Leealaura & Virtanen, Hannu (toim.) 2006. Toisin sanoen. Selkokielen teoriaa ja käytäntöä. Helsinki: Oppimateriaalikeskus Opik.
- Itkonen, Markus 2003. Typografian käsikirja. Helsinki: RPS-yhtiöt.
- Näkövammaisten Keskusliitto ry. Suositus painetun tekstin tekijöille. [www.nkl.fi/fi/etusivu/oikeus/lausunto/suositukset/painettu\\_teksti](http://www.nkl.fi/fi/etusivu/oikeus/lausunto/suositukset/painettu_teksti)
- Laak, Timo 2006. Saavutettavaa typografiaa. Osat 1 ja 2. [www.saavutettava.fi/2006/03/24/saavutettavaa-typografiaa-osa-1/](http://www.saavutettava.fi/2006/03/24/saavutettavaa-typografiaa-osa-1/)  
[www.saavutettava.fi/2006/04/16/saavutettavaa-typografiaa-osa-2/](http://www.saavutettava.fi/2006/04/16/saavutettavaa-typografiaa-osa-2/)
- Stolt, Anne (koonnut) 2009. Taitto-ohjeita luettavuuden parantamiseksi. [www.cultureforall.info/doc/tietopakettit\\_ja\\_oppaat/taitto\\_ohjeita\\_luettavuuden\\_parantamiseksi.pdf](http://www.cultureforall.info/doc/tietopakettit_ja_oppaat/taitto_ohjeita_luettavuuden_parantamiseksi.pdf)

## 3.2 Tieto kohteen saavutettavuudesta

Oman yleisökohteen saavutettavuudesta ja esteettömyydestä kertominen osana viestintää on yksi saavutettavan viestinnän perusasioista. Saavutettavuus- ja esteettömyystietojen kertominen on olennainen osa hyvää markkinointia ja asiakaspalvelua. On tutkittu<sup>18</sup>, että monet kulttuuripalvelujen tuottajat eivät kerro riittävästi kohteensa saavutettavuudesta. Ilman saavutettavuustietoja kävijät eivät voi arvioida itsenäisesti etukäteen, voivatko he käyttää organisaation palveluja ja tiloja. Kulttuuriorganisaatio voi saada paljon uusia kävijöitä huolehtimalla kohteensa saavutettavuus- ja esteettömyystietojen kertomisesta.

Ennen saavutettavuus- ja esteettömyystietojen kertomista on tarkistettava, että annetut tiedot ovat täsmällisiä ja oikeita. Saavutettavuustietojen tulisi pohjautua selvitettyyn tietoon. Kun kertoo kohteen saavutettavuudesta, kannattaa mahdollisuuksien mukaan tuoda esiin arvioinnissa käytetyt saavutettavuuden kriteerit. Esimerkiksi esteettömästä pysäköinnistä kerrottaessa voi mainita pysäköintiruudun koon ja etäisyyden sisäänkäynnistä.

<sup>17</sup> Valtiovarainministeriö 2004, 40; W3C 2011

<sup>18</sup> Kulttuuria kaikille -palvelu 2011c & 2012

Monet kävijät ovat tottuneet etsimään tietoa saavutettavuudesta nimenomaan kulttuuritoimijan verkkosivuilta. Verkkosivuilla kaikki saavutettavuustiedot kannattaa sijoittaa kohteesta kertovien perustietojen oheen sekä erikseen ”saavutettavuus”-otsikon alle<sup>19</sup>. Lisäksi saavutettavat palvelut on hyvä merkitä symbolikuvilla täydennetyillä opasteilla paikan päällä, esimerkiksi esteettömät reitit ja induktiosilmukan käyttömahdollisuus. Kohteen saavutettavuudesta tulee kertoa myös esitteissä.

Kohteen saavutettavuutta voi kartoittaa omatoimisesti esimerkiksi Kulttuuria kaikille -palvelun verkkosivuilla olevien tarkistuslistojen avulla.

[www.kulttuuriakaikille.info/saavutettavuus\\_tarkistuslistat\\_arvioinnin\\_tueksi](http://www.kulttuuriakaikille.info/saavutettavuus_tarkistuslistat_arvioinnin_tueksi)

### 3.2.1 Symbolien käyttö

Symboleja kannattaa käyttää opasteissa ja aina, kun kerrotaan kohteen saavutettavuudesta. Jotta voidaan todeta, että palvelu tai tila on saavutettava, sen tulee täyttää saavutettavuuden kriteerit. Ennen symbolien käyttämistä viestinnässä on siis tärkeää tarkistaa, millaisia kriteereitä niiden käyttöön liittyy.<sup>20</sup> Rakennettuun ympäristöön liittyviä määräyksiä ja kriteereitä on koottu Esteeton.fi-sivustolle, [www.esteeton.fi/](http://www.esteeton.fi/).

Symbolit antavat tietoa myös silloin, kun kirjoitetun kielen ymmärtäminen tuottaa vaikeuksia. Koholla olevat symbolit voivat opastaa myös näkövammaisia. Jos mahdollista, kannattaa valita kansainvälisesti tunnettuja symboleja. Mitä käytetympiä symbolit ovat, sitä tutumpia ja ymmärrettävämpiä ne ovat.

#### **Kulttuuripalveluihin ja saavutettavuuteen liittyviä symboleita löytyy esimerkiksi seuraavilta verkkosivuilta:**

Kulttuuria kaikille [www.kulttuuriakaikille.info/saavutettavuus\\_symboleja\\_viestintaan](http://www.kulttuuriakaikille.info/saavutettavuus_symboleja_viestintaan)

Helsinki kaikille [www.hel.fi/hki/hkr/fi/Helsinki+kaikille/Kuvasymbolit](http://www.hel.fi/hki/hkr/fi/Helsinki+kaikille/Kuvasymbolit)

### 3.2.2 Kerro viestinnässäsi ainakin nämä saavutettavuustiedot

Olenneisimmat saavutettavuustiedot kannattaa kertoa aina, kun kulttuurikohteesta annetaan perustietoa eli esimerkiksi esitteissä ja verkkosivuilla. Alla olevassa taulukossa esitetyt saavutettavuustiedot kannattaa ilmaista sekä sanallisesti että symbolien avulla. Niiden yhteydessä on hyvä antaa yhteystiedot (puhelinnumero ja sähköposti) henkilökunnasta sille henkilölle, jolta voi kysyä lisätietoa saavutettavuudesta.

<sup>19</sup> Kulttuuria kaikille -palvelu 2012

<sup>20</sup> Kulttuuria kaikille -palvelu 2011b.

On tärkeää kertoa myös siitä, millaisia mahdollisia puutteita kohteen saavutettavuudessa on. Jos esimerkiksi kaikki yleisötilat eivät ole esteettömiä tai niissä ei ole esteetöntä wc:tä, siitä tulee kertoa sanallisesti saavutettavuustietojen yhteydessä. Symboleja saa käyttää ainoastaan silloin, kun saavutettavuuden kriteerit toteutuvat.

	<b>Saavutettavuus toteutuu</b>	<b>Ei toteudu (symbolia ei käytetä)</b>
	Tiloihin on esteetön pääsy. (Kerro esteettömän sisäänkäynnin sijainti. Jos tiloihin on vain osittain esteetön pääsy, tarkenna, mihin tiloihin.)	Tiloihin ei ole esteetöntä pääsyä.
	Tiloissa on esteetön wc. (Kerro mahdollisuuksien mukaan wc:n koko ja sijainti.)	Tiloissa ei ole esteetöntä wc:tä.
	Esteetön pysäköinti. (Kerro esteettömien autopaikkojen määrä sekä mahdollisuuksien mukaan pysäköinnin etäisyys esteettömästä sisäänkäynnistä ja pysäköintiruudun koko.)	Ei esteetöntä pysäköintiä.
	Tiloissa on esteetön hissi. (Kerro hissien koko ja sijainti.)	Tiloissa ei ole esteetöntä hissiä.
	Tiloissa on hissi. (Kerro hissien koko ja sijainti.)	Tiloissa ei ole hissiä.
	Käytössä on induktiosilmukka. (Kerro, missä tiloissa tai palvelupisteissä on induktiosilmukka.)	Induktiosilmukkaa ei ole.

## Saavutettavuus toteutuu

## Ei toteudu (symbolia ei käytetä)



Tarjolla on lainattavia apuvälineitä, esimerkiksi pyörätuoleja.  
(Kerro mitä apuvälineitä on lainattavissa ja mistä niitä saa).

Lainattavia apuvälineitä ei ole.



Avustavat koirat ovat tervetulleita kohteeseen.

### Esimerkkejä symbolien käytöstä viestinnän tukena antavat muun muassa seuraavat verkkosivut:

- Ateneumin taidemuseon saavutettavuus [www.ateneum.fi/fi/saavutettavuus](http://www.ateneum.fi/fi/saavutettavuus)
- Kulttuurikeskus Poleenin esteettömyys [www.poleeni.fi/fi/poleenin-palvelut-ja-esteettoemyys](http://www.poleeni.fi/fi/poleenin-palvelut-ja-esteettoemyys)
- Tapiola Sinfonietan saavutettavuus [www.tapiolasinfonietta.fi/saavutettavuus](http://www.tapiolasinfonietta.fi/saavutettavuus)

### 3.2.3 Kerro mahdollisuuksien mukaan myös nämä tiedot

Laajempia tietoja saavutettavuudesta voi mahdollisuuksien mukaan tarjota yllä olevien perustietojen ohella sekä verkkosivuilla että esitteissä. Myös laajempien saavutettavuustietojen yhteydessä on hyvä käyttää symboleja.

Tässä listassa esitetyt saavutettavuustiedot koskevat rakennetun ympäristön saavutettavuutta, saavutettavuutta eri aistien avulla, ymmärtämisen tukemista ja taloudellista saavutettavuutta.

#### Rakennetun ympäristön saavutettavuus

- Onko pyörätuolikatsomoa tai pyörätuolipaikkoja?  
Montako paikkaa, miten ne on sijoitettu?  
Pitääkö pyörätuolipaikat varata etukäteen?
- Onko levähtämiseen tarkoitettuja istuimia?
- Onko esiintymistiloihin (kuten pukuhuoneisiin ja lavalle) esteetön pääsy?
- Millaiset ovat ulkoalueiden kulkuväylien pinnoitteet?
- Missä ovat varauloskäyntien sijainnit ja millainen on niiden esteettömyys?

- Onko lepohuonetta?
- Tarjoaako organisaatio avustajia asiakkaiden avuksi?

#### Saavutettavuus eri aistien avulla

- Onko tarjolla viittomakielen tulkkausta tai onko sitä tilattavissa?
- Onko tarjolla kirjoitustulkkausta tai onko sitä tilattavissa? (Kirjoitustulkkaus auttaa etenkin huonokuuloisia tai kuuroutuneita ihmisiä.)
- Onko tarjolla kuvailutulkkausta tai onko sitä tilattavissa? (Kuvailutulkkaus on jonkin kohteen tai esityksen suullista kuvailua henkilölle, joka tarvitsee näkemisen tueksi tai sijaan sanallista kuvailua.)
- Onko informaatiota tai opasteita pistekirjoituksella tai äänitteillä, mistä niitä löytyy?
- Onko mahdollista lainata kohteesta kertovia kohokarttoja?
- Onko kohteesta saatavilla sanakartta eli pohjakartan sanallinen kuvailu?
- Missä muodoissa ja millaista tietoa on tarjolla paikan päällä? (Esimerkiksi ääniopastukset, taustatieto painettuna, salitekstit, tietokoneet jne.)
- Onko mahdollista tutustua tunnustelemalla esimerkiksi näyttelyesineisiin tai lavastukseen?

#### Ymmärtämisen tukeminen

- Onko mahdollista tutustua tunnustelemalla esimerkiksi näyttelyesineisiin tai lavastukseen?
- Onko mahdollista saada sisältöihin, kuten esitykseen tai näyttelyyn, liittyvää selkokielistä materiaalia?
- Onko mahdollisuuksia erilaisiin opastuksiin (esimerkiksi selkokieli, viittomakieli, kuvaileva opastus)?

#### Taloudellinen saavutettavuus

- Pääseekö asiakkaan avustaja, tulkki tai ohjaaja ilmaiseksi kohteeseen? (Todistusta avustajan tarpeeseen ei tulisi vaatia: vammaisilla ihmisillä ei ole yhtenäistä henkilökorttia tai muuta todistetta, joka osoittaisi avustajan tarpeen, mutta tarve on yleensä ilmeinen.)
- Onko alennettuja lipunhintoja ja kuka on niihin oikeutettu?
- Onko ilmaisaikoja tai ilmaistapahtumia?

#### Muuta

- Onko ohjelman sisällössä jotain huomioitavaa, esimerkiksi lapsille sopivaa/ sopimatonta, tai hätkähdyttävää sisältöä. Onko räikeitä valoja, jotka voivat aiheuttaa esimerkiksi epileptikoille ja näkövammaisille henkilöille haittaa, tuoksuja, jotka voivat aiheuttaa allergikoille haittaa, kovia ääniä? Onko musiikin äänenvoimakkuus huomattavan suuri?
- Mikä on esityksen/audiovisuaalisen teoksen kieli, ja onko siinä tekstitys?

### 3.3 Kielivaihtoehtojen tarjoaminen

Viestinnässä on hyvä tarjota tietoa useilla kielillä, ainakin suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi. Kohderyhmän ja kulttuuriorganisaation maantieteellisen sijainnin perusteella myös esimerkiksi venäjä voi olla tärkeä kieli. Kielivaihtoehtoja mietittäessä kannattaa huomioida myös selkokieli ja viittomakieli. Kieliversioiden ei tarvitse olla identtisiä tai yhtä kattavia.

Ainakin verkkosivuilla kannattaa kertoa vähintään perusasiat useilla eri kielillä. Saavutettavuustiedot on hyvä kertoa kaikilla viestinnässä käytettävillä kielillä ja symboleja käyttäen. Jos toisella kielellä löytyy enemmän tietoa ja materiaalia jostakin aiheesta, myös siitä olisi hyvä mainita. Tieto tai materiaali, joka on pääkielen sivulla, kannattaa siis linkittää toisen kieliversioiden sivulle (esimerkiksi ”Kultur för alla har publicerat en rapport om XX på finska och den hittar här: [www.kulttuuriakaikille.info/xx](http://www.kulttuuriakaikille.info/xx)”)

Myös esitteistä kannattaa tarjota erikielisiä versioita, tai samassa esitteessä voi olla samat tiedot usealla eri kielellä. Jos samassa esitteessä käytetään useita kieliä, on esitteen selkeydestä huolehdittava erityisen hyvin.

Mikäli kulttuuritoimija tarjoaa esimerkiksi viittomakielisiä palveluita, on niistä hyvä tiedottaa ainakin verkkosivuilla myös viittomakielellä. Näin tieto palveluista tavoittaa paremmin kohderyhmänsä.

### 3.4 Selkeä kieli

Selkeän kielen säännöt ovat viestinnän perusasioita ja sinällään tuttuja monille. Selkeä kieli on kuitenkin olennainen osa viestinnän saavutettavuutta, joten se on nostettu erikseen esiin tässä oppaassa.

- Suomea kirjoittaessa tai puhuessa kannattaa vaihtaa vierasperäiset ja vieraskieliset sanat suomenkielisiin vastineisiin.<sup>21</sup>
- Vältä tuntemattomia sanoja, esimerkiksi ammattikieltä. Sanaston valinnassa on hyvä ottaa huomioon kohderyhmä. Vaikeat sanat saavat koko tekstin tuntumaan vaikealta.<sup>22</sup>
- Pitkät virkkeet ovat hankalia lukea: jo yli 14–15 sanaa samassa virkkeessä on liikaa.<sup>23</sup>
- Pitkiä, yli neljän tavun pituisia sanoja kannattaa välttää.<sup>24</sup>
- Pää- ja sivulauseet ovat helppoja ymmärtää, kun taas lauseenvastikkeet ovat vaikeampia hahmottaa.<sup>25</sup> Sivulauseita tulisi olla enintään yksi virkettä kohden.<sup>26</sup>
- Yhteen kappaleeseen kannattaa sisällyttää vain yksi asia.

<sup>21</sup> Siukosaari 2002; 80; Wiio 2009, 54–55, 98

<sup>22</sup> Wiio 2009, 98

<sup>23</sup> Siukosaari 2002; 80; Wiio 2009, 99

<sup>24</sup> Wiio 1968, 164

<sup>25</sup> Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2009, 190; Paasio 2008, 202

<sup>26</sup> Parkkola 2005, 23

- Konkreettinen teksti on ymmärrettävämpää kuin abstrakti. Käytännönläheisyyttä voi lisätä esimerkeillä ja vertauksilla.<sup>27</sup>
- Aktiivia kannattaa käyttää passiivin sijasta. On parempi kertoa, kuka tekee, kuin että ”tehdään”.<sup>28</sup>
- Lukemista helpottaa, jos tekstissä on enemmän verbejä ja substantiiveja kuin adjektiiveja ja adverbeja.<sup>29</sup>
- Tekstiä on hitaampaa lukea tietokoneen ruudulta kuin paperilta. Siksi verkkotekstin luettavuuteen kannattaa kiinnittää erityistä huomiota.<sup>30</sup>
- Hyvin tehty otsikointi ja väliotsikointi helpottavat minkä tahansa tekstin lukemista ja silmäilyä. Otsikkotasoja kannattaa olla enintään kolme.<sup>31</sup>
- Tekstiä tukevat kuvat helpottavat usein ymmärtämistä.

### 3.5 Selkokieli

Tietoa kannattaa tarjota myös selkokielellä. Selkokeskus määrittelee selkokielen seuraavasti: ”Selkokieli on suomen kielen muoto, joka on mukautettu sisällöltään, sanastoltaan ja rakenteeltaan yleiskieltä luettavammaksi ja ymmärrettävämmäksi. Selkokieli on eri asia kuin selkeä ja hyvä yleiskieli. Se on suunnattu ihmisille, joilla on vaikeuksia lukea tai ymmärtää yleiskieltä.”

Selkokieltä voi käyttää esimerkiksi verkkosivuilla, esitteissä, opastuksessa, seinäteksteissä ja muussa tiedotuksessa.<sup>32</sup> Verkkosivustolla olisi hyvä tarjota ainakin kulttuuritoimijan ydintiedot selkokielellä. Selkokeskus suosittaa, että selkokielisen kieliversion nimi verkkosivuille on selkosuomi, sillä se on esimerkiksi siirtolaisille ymmärrettävämpi. (Kieliversiot voisivat siis olla esimerkiksi ”suomeksi”, ”selkosuomeksi”, ”in English” ja ”på svenska”.)

Selkokielen käyttäjät voivat hyötyä myös kuvilla havainnollistamista. Muun muassa Papunet-verkkopalvelussa on esimerkkejä siitä, miten erilaisia asioita voi esittää kuvin tuettuna: <http://papunet.net/kuva/>.

Selkokielen kirjoittamista on mahdollista opiskella itse. Koulutuksia järjestävät esimerkiksi Selkokeskus ja Oriveden opisto. Yleiskielisiä tekstejä voi myös selkokielistää tai tekstin voi tilata selkokieliseksi kirjoitettuna. Esimerkiksi Selkokeskus tarjoaa tekstien kirjoitus- ja muokkauspalveluita, sekä arvioi ja testaa tekstejä. Omat selkokieliset tekstit olisi hyvä tarkistuttaa Selkokeskuksessa ennen julkaisua. Tarkistuksen jälkeen Selkokeskus voi myöntää tekstille selkologon, joka helpottaa selkotekstien etsimistä. Selkologia ei saa käyttää ilman lupaa.

<sup>27</sup> Virtanen 2009, 108–110; Wiio 1968, 136

<sup>28</sup> Virtanen 2009, 108–110; Wiio 1968, 138

<sup>29</sup> Wiio 1968, 164

<sup>30</sup> Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2009, 101

<sup>31</sup> Itkonen 2003, 85 ja 2006, 83

<sup>32</sup> Opetusministeriö 2006, 9



Selkokeskus ja Papunet-verkkopalvelu antavat neuvoja selkokielisten verkkosivujen toteuttamiseen. Lisäksi niiltä voi tilata selkokielisten verkkosivujen käytettävyyssarvioinnin selkokielen käyttäjien kannalta. Tarkistuksen jälkeen sivustolle on mahdollista myöntää selkologo.

### **Lisätietoa selkokielestä ja selkokielisen tekstin kirjoittamisesta:**

- Selkokeskus <http://papunet.net/selkokeskus/>
- Papunet-verkkopalvelu <http://papunet.net/>
- Virtanen, Hannu 2009. Selkokielen käsikirja. Helsinki: Oppimateriaalikeskus Opike.
- Leskelä, Leealaura & Virtanen, Hannu (toim.) 2006. Toisin sanoen. Selkokielen teoriaa ja käytäntöä. Helsinki: Oppimateriaalikeskus Opike.
- Virtanen, Hannu (toim.) 2002. Selko-opas. Tampere: Kehitysvammaliitto.
- Kartio, Johanna (toim.) 2009. Selkokieli ja vuorovaikutus. Helsinki: Oppimateriaalikeskus Opike.

## **3.6 Ymmärtämisen tukeminen taustatiedon avulla**

Taustatiedon tarjoaminen palvelee niitä, jotka eivät tunne aihetta etukäteen, jotka tarvitsevat tarkempaa tietoa ymmärtämisen tueksi tai jotka haluavat syventää tietojaan.<sup>33</sup> Esimerkiksi verkkosivuilla kannattaa tarjota tarkempaa taustatietoa taiteilijoista, esityksestä, näyttelystä ja/tai kulttuurikohteesta (esimerkiksi rakennuksesta ja sen historiasta).

Taustatietoa on hyvä olla myös sellaisissa paikan päällä olevissa materiaaleissa, joihin se luontevasti sopii. Näyttelyiden saliteksteissä tai esittävän taiteen käsiohjelmassa voi kertoa enemmänkin kuin vain perustiedot sisällöstä. Monia asiakkaita kiinnostavat myös aiheisiin liittyvät taustat.

Sisältöön tutustumista helpottaa myös mahdollisuus tilata etukäteen taustamateriaalia tai esimerkiksi käsiohjelma. Ennakkoon saatava taustatieto helpottaa myös esimerkiksi viittomakielen, teksti- tai kuvailutulkin työtä.

## **3.7 Sana- ja termivalinnat**

Viestinnässä käytettävät termit kannattaa valita huolellisesti. Sanoissa piilee paljon asenteita ja mielikuvia. Omaa kielenkäyttöä on hyvä oppia tarkkailemaan, sillä termeillä ja puhetyylillä voidaan luoda tai tukea stereotyyppioita. Ilmaisun sävyyn vaikuttaa, käytetäänkö esimerkiksi sanaa maahanmuuttaja, siirtolainen, uussuomalainen, vammainen, toimintarajoitteinen, monikulttuurisuus vai moninaisuus/diversiteetti. Esimerkiksi mamu-sana on saanut kielteisiä sävyjä ja se koetaan usein

<sup>33</sup> Opetusministeriö 2002, 14 ja 2006, 9

alistavana. Julkisessa keskustelussa sana monikulttuurisuus on liitetty tiettyihin etnisiin ryhmiin tai uskontoihin, vaikka sitä on käytetty kuvaamaan eri kulttuurien rinnakkaista yhteiseloä. Diversiteetti tai moninaisuus-käsite taas tarkoittaa sitä, että moninaisuutta nähdään kulttuurien ja yksilöiden sisällä. Silloin erilaisuus koetaan arvokkaaksi eikä sitä nähdä vain ”toisissa” vaan kaikkialla, myös itsessä.<sup>34</sup>

Käsitteiden valintaan voi pyytää konsultointiapua esimerkiksi kyseisen kohderyhmän järjestöiltä. Tärkeintä on tiedostaa, että sanavalinnoilla on merkitystä.

### Lisätietoa

- Hiltunen, Anna-Kaisa. Sanasto monikulttuurisuudesta. Taidemuseoalan kehittämissyksikkö Kehys: Kulttuurivähemmistöprojekti. [www.cultureforall.info/doc/monikulttuurisuus\\_kansio/sanasto.pdf](http://www.cultureforall.info/doc/monikulttuurisuus_kansio/sanasto.pdf)
- Cupore: Monikulttuurisuutta ja kulttuuripolitiikkaa koskevia käsitteitä [www.cupore.fi/monikulttuurisuuskasitteet.php](http://www.cupore.fi/monikulttuurisuuskasitteet.php)

## 4 Viestinnän kohdentaminen

Tässä luvussa annetaan esimerkkejä siitä, mihin tiedotusta saavutettavista palveluista voi suunnata sekä miten eri kulttuuriustoista tulevia ihmisiä kannattaa lähestyä. Kulttuuripalveluista on hyvä suunnata tiedotusta monenlaisille tahoille. Omat yhteystietorekisterit kannattaa tarkistaa ja lisätä sinne esimerkiksi kieli- ja kulttuurivähemmistöjen yhdistyksiä sekä muita moninaisuutta edustavia tahoja.

On hyvä muistaa, että on mahdollista pyytää tavoitellun kohderyhmän edustajia mukaan toiminnan tai viestinnän suunnitteluun. Heiltä voi saada arvokkaita neuvoja kohderyhmän tavoittamiseen. Lisäksi viestintämateriaalit ja -tavat kannattaa testata ennakkoon kohderyhmän edustajilla, mikäli mahdollista.

### 4.1 Kenelle kannattaa kohdentaa viestintää saavutettavista palveluista?

Kaikilla on oltava pääsy luvussa 3.2.2 esiteltyihin saavutettavuustietoihin. Lisäksi saavutettavista palveluista voi kohdistaa tiedotusta niille tahoille, joita kyseessä olevan palvelun saavutettavuus saattaa erityisesti kiinnostaa. Näitä tahoja voi myös pyytää mukaan viestinnän suunnitteluun.

Seuraavassa listassa on esimerkkejä tahoista, joille tiedotusta voi suunnata. Lista ei siis ole täydellisen kattava: siinä ei esimerkiksi ole eri yhdistysten paikallisosastoja. Monilla listassa olevilla järjestöillä on myös vastaava ruotsinkielinen järjestö, jonka voi ottaa tiedotuksessa huomioon.

<sup>34</sup> Hiltunen, 9.

Kirjoitustulkkaukseen tarjolla:

- Kuuloliitto ry [www.kuuloliitto.fi](http://www.kuuloliitto.fi)
- Kuurojen liitto ry [www.kl-deaf.fi](http://www.kl-deaf.fi)

Tarjolla kuvailutulkkausta tai ääneen, tuoksuihin tai tuntoaistiin perustuvia kulttuurielämyksiä:

- Kuurosokeat ry [www.kuurosokeat.fi](http://www.kuurosokeat.fi)
- Näkövammaiset lapset ry [www.silmatera.fi](http://www.silmatera.fi)
- Näkövammaisten Keskusliitto ry [www.nkl.fi](http://www.nkl.fi)
- Näkövammaisten Kulttuuripalvelu ry [www.kulttuuripalvelu.fi](http://www.kulttuuripalvelu.fi)
- Näkövammaiset Kulttuurin Ystävät NÄKY ry [www.naky-kulttuuri.fi](http://www.naky-kulttuuri.fi)

Tarjolla viittomakielisiä palveluja tai visuaalisuuteen perustuvia kulttuurielämyksiä:

- Kuurojen liitto ry [www.kl-deaf.fi](http://www.kl-deaf.fi)
- viittomakielen tulkeiksi opiskelevat (Humanistinen ammattikorkeakoulu ja Diakonia-ammattikorkeakoulu)

Tarjolla selkokieliä palveluita:

- Afasialasten tuki ry [www.nic.fi/~hkuusela](http://www.nic.fi/~hkuusela)
- Aivoliitto ry [www.aivoliitto.fi](http://www.aivoliitto.fi)
- Autismi- ja Aspergerliitto ry [www.autismiliitto.fi](http://www.autismiliitto.fi)
- Kehitysvammaisten palvelusäätiö [www.kvps.fi](http://www.kvps.fi)
- Kehitysvammaisten tukiliitto [www.kvtl.fi](http://www.kvtl.fi)
- Kehitysvammaliitto [www.kehitysvammaliitto.fi](http://www.kehitysvammaliitto.fi)
- Me itse ry [www.kvtl.fi/fi/me-itse](http://www.kvtl.fi/fi/me-itse)
- Muistiliitto ry [www.muistiliitto.fi](http://www.muistiliitto.fi)
- Papunetin selkokieli sivut <http://papunet.net/selko>
- Selkokeskus [www.papunet.net/selkokeskus](http://www.papunet.net/selkokeskus)
- Selkokielisten verkkosivujen koontisivu [www.selko.fi](http://www.selko.fi)
- Selkosanommat [www.selkosanommat.fi](http://www.selkosanommat.fi)
- Erilaisten oppijoiden liitto [www.erilaistenoppijoidenliitto.fi](http://www.erilaistenoppijoidenliitto.fi)
- erityisoppilaitokset
- katso myös ”Muunkielisille ihmisille tarjottavat palvelut”, selkokielestä hyötyvät myös esimerkiksi siirtolaiset

Muunkielisille ihmisille tarjottavat palvelut:

- Infopankki [www.infopankki.fi](http://www.infopankki.fi)
- Cassandra ry [www.kassandra.fi](http://www.kassandra.fi)
- Kulttuurikeskus Caisa [www.caisa.fi](http://www.caisa.fi)
- Moniheli ry [www.moniheli.fi](http://www.moniheli.fi)
- Monika-Naiset liitto ry [www.monikanaiset.fi](http://www.monikanaiset.fi)
- Monikulttuurisuusyhdistys Familia Club ry [www.familiacub.fi](http://www.familiacub.fi)

- kielen opiskelijat ja opettajat
- suurlähetystöt
- kulttuuri-instituutit (Infopankin sivuilla on kattava lista)
- ystävyyssseurat (Infopankin sivuilla on kattava lista)
- saamelaisyhdistykset, esimerkiksi City-Sámit ry
- seurakuntien maahanmuuttajatyö
- uskonnolliset yhteisöt
- medioita: esimerkiksi Helsinki Times, Helsingin Sanomien englanninkieliset verkkosivut, Yleisradion englanninkieliset uutiset ja YLE Mondo, Lähiradio, muut vähemmistökieliset mediat, kuten venäjänkielinen Spektr ja Radio Sputnik

Esteettömämmiksi kehitettyjä palveluita (kannattaa tiedottaa uudistuksista):

- AMC-yhdistys [www.amc.fi](http://www.amc.fi)
- Invalidiliitto ry [www.invalidiliitto.fi](http://www.invalidiliitto.fi)
- Kansallinen senioriliitto ry [www.senioriliitto.fi](http://www.senioriliitto.fi)
- Kynnys ry [www.kynnys.fi](http://www.kynnys.fi)
- Lihastautiliitto ry [www.lihastautiliitto.fi](http://www.lihastautiliitto.fi)
- Lyhytkasvuiset ry [www.lyhytkasvuiset.fi](http://www.lyhytkasvuiset.fi)
- MeHyvät ry [personal.inet.fi/yhdistys/mehyvat](http://personal.inet.fi/yhdistys/mehyvat)
- Rullaten ry [www.rullaten.fi](http://www.rullaten.fi)
- Suomen Parkinson-liitto ry [www.parkinson.fi](http://www.parkinson.fi)
- Suomen Polioliitto ry [www.polioliitto.com](http://www.polioliitto.com)
- Suomen Reumaliitto ry [www.reumaliitto.fi](http://www.reumaliitto.fi)
- Tapaturma- ja sairausinvalidien liitto ry [www.tsil.fi](http://www.tsil.fi)
- palvelutalot

Yleiset:

- Kansallinen senioriliitto ry [www.senioriliitto.fi](http://www.senioriliitto.fi)
- Kynnys ry [www.kynnys.fi](http://www.kynnys.fi)
- Suomen MS-liitto ry [www.ms-liitto.fi](http://www.ms-liitto.fi)
- Suomen CP-liitto ry [www.cp-liitto.fi](http://www.cp-liitto.fi)
- Valtakunnallinen vammaisneuvosto VANE [www.vane.to](http://www.vane.to)
- Vammaisfoorumi ry [www.vammaisfoorumi.fi](http://www.vammaisfoorumi.fi)
- Vammaisten lasten ja nuorten tukisäätiö [www.vamlas.fi](http://www.vamlas.fi)
- palvelutalot

## 4.2 Erityishuomioita eri kulttuuritaustaisille ihmisille suunnatusta viestinnästä

Kulttuurienvälinen viestintä ("intercultural communication", joskus myös "global communication") on viestintää, jossa otetaan huomioon eri osapuolien erilaiset tavat, asenteet, arvot, uskomukset ja ajatusmallit. Näin ennaltaehkäistään mahdollisia väärinkäsityksiä ja muita epämiellyttäviä viestintätilanteita. Kulttuurienvälisessä viestinnässä erilaisiksi kulttuuritaustoiksi ymmärretään esimerkiksi eri koulutustaustat ja eri ikäpolvien kulttuurit, ei pelkästään etnisyyteen perustuvat eroavaisuudet. Tärkein ominaisuus kulttuurienvälisessä viestinnässä on sopeutuvaisuus. Kohtaamistilanteissa tärkeintä on toisen huomioon ottaminen, joustavuus ja viestintäherkkyys.<sup>35</sup>

Jos haluaa erityisesti tavoitella Suomeen muuttaneita siirtolaisia tai matkailijoita, on otettava huomioon, että he eivät ole yhtenäinen ryhmä. Suomeen muuttaneiden siirtolaisten lisäksi on myös Suomessa syntyneitä siirtolaisten jälkeläisiä ja sukupolvia, jotka muodostavat uusia suomalaisia etnisiä ja kulttuurisia vähemmistöjä. Myös eri kulttuuriryhmien sisällä on ihmisiä, joita määrittävät monet muutkin ominaisuudet kuin heidän siirtolaisuutensa. Siirtolaisille kohdennetun viestinnän tehokkuus on pieni, jos heitä tarkastellaan yhtenä ryhmänä.

Yksi tapa lähteä liikkeelle on tutkia oman alueen tilastoja ja selvittää, mitkä etniset vähemmistöt ovat suurimpia. Siirtolaisia voi lähteä tavoittelemaan kohdistetuilla keinoilla, esimerkiksi heidän omalla äidinkielellään. Myös siirtolaisten järjestöt ovat hyvä kanava, ja yleensä niiden kautta sana lähtee helposti leviämään. Eri ryhmillä on omia kanavia, tapoja, tarpeita ja kiinnostuksen kohteita. Osa yhteisöistä on kulttuurisesti hyvinkin aktiivisia. Toiset saattavat olla potentiaalisia tulevaisuuden yleisöjä, jos heidän tarpeensa otetaan huomioon jo tarjonnan suunnitteluvaiheessa.

Osa siirtolaisista seuraa samalla lailla mediaa kuin syntyperäiset suomalaisetkin, mutta osa käyttää erilaisia kanavia. Monille tärkeimmät viestintäkanavat ovat Internet ja sosiaalinen media. Varsinkin siirtolaisten omalla äidinkielellä oleva tieto leviää helposti sosiaalisen median kautta.

Tavoitellessasi siirtolaisia tai matkailijoita ota huomioon suomalaisen valtakulttuurin ilmiöiden mahdollinen "vieraus". Tarvittaessa viestinnässä voi selittää tarkemmin, mistä kulttuuripalvelussa tai sen sisällössä on kysymys. Tämä voi lisätä aiheen kiinnostavuutta. Voit korostaa organisaatiosi olevan avoin osallistumiselle ja kuuluvan kaikille.<sup>36</sup>

<sup>35</sup> Salo-Lee 2003, Communication & Design 2010, USLegal 2012.

<sup>36</sup> Salovaara & Tuura 2009, 6

## Monikulttuurisuuden asiantuntijoita

- Cupore [www.cupore.fi/Monikulttuurisuus.php](http://www.cupore.fi/Monikulttuurisuus.php)
- Väestöliiton Monikulttuurinen osaamiskeskus  
<http://vaestoliitto-fi.directo.fi/monikulttuurisuus/>
- Helsingin kaupungin maahanmuuttoyksikön asiantuntijapalvelut  
[www.hel.fi/hki/sosv/fi/maahanmuuttajien\\_palvelut/maahanmuuttoyksikko/asiantuntijapalvelut](http://www.hel.fi/hki/sosv/fi/maahanmuuttajien_palvelut/maahanmuuttoyksikko/asiantuntijapalvelut)
- Sisäasianministeriö [www.intermin.fi](http://www.intermin.fi)
- Opetus- ja kulttuuriministeriö [www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/monikulttuurisuus](http://www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/monikulttuurisuus)

## 5 Viestintävälineiden saavutettavuus

Tässä luvussa kerrotaan, miten viestinnän eri kanavien ja välineiden saavutettavuudesta voidaan huolehtia. Jokaiselle viestimelle on kohdistettu erityisohjeita oman otsikkonsa alle. Lisäksi on hyvä muistaa luvun 3 ”Ohjeita suunnitteluun” yleisohjeet. Esimerkiksi graafisen suunnittelun ohjeita voi soveltaa kaikkiin viestintämateriaaleihin.

Saavutettavan viestinnän perusta on, että viestit suunnitellaan sopiviksi vastaanottajille ja viestinnässä käytetään heille sopivia kanavia. On tärkeää viestiä useilla vaihtoehtoisilla tavoilla, tarjontaa ei esimerkiksi kannata jättää vain yhden aistin varaan. Sama tieto voidaan välittää muun muassa äänen, kuvan ja tekstin avulla. Lisäksi esimerkiksi esite voi olla tarjolla isokirjoituksena, pistekirjoituksena ja selkokielisenä. Tekstin ohkeen voi lisätä ymmärtämistä tukevia kuvia ja esimerkiksi verkkosivuilla voi tarjota tekstisisältöjen kuuntelutoimintoa mahdollisuuksien mukaan. Kuuntelutoiminnon avulla kirjoitetun tekstin voi kuunnella tietokoneen kaiuttimien kautta ääneen luettuna. Verkkosivuilla kuville tulee tarjota tekstivastine eli alt-teksti.<sup>37</sup>

Vaikka kaikkea organisaatiota koskevaa informaatiota ei pystyisi tarjoamaan vaihtoehtoisissa muodoissa, voi hankkia pitkäaikaiseen käyttöön sopivaa materiaalia kulttuurikohteen pysyvistä tiedoista. Esimerkiksi verkkosivuilla voi tarjota tekstitetyn ja viittomakielisen esittelyvideon kohteesta.<sup>38</sup> Videota ei kuitenkaan tule upottaa suoraan sivuun siten, että se käynnistyy automaattisesti, vaan se voidaan käynnistää linkistä.<sup>39</sup>

Pistekirjoitusta on yleensä suositeltu yhdeksi vaihtoehtoisen viestinnän tavaksi, mutta pistekirjoituksen lukutaito on Suomessa heikentymässä muun muassa sähköisen viestinnän lisääntymisen takia. Siksi pistekirjoituksen tarjoamista kannattaa miettiä yhdessä kohderyhmän kanssa. Pistekirjoituksellekin kannattaa tarjota vaihtoehto, esimerkiksi teksti sähköisessä muodossa tai äänitteenä.

<sup>37</sup> Opetusministeriö 2002, 13; 2004, 16, 37 ja 2006, 8

<sup>38</sup> Opetusministeriö 2004, 37

<sup>39</sup> Pätynen & Salonen 2012

## 5.1 Verkkosivut

Verkkosivulla on huolehdittava kielellisestä ja visuaalisesta selkeydestä. Lisäksi verkkosivujen on oltava teknisesti esteettömät: niitä on esimerkiksi voitava lukea näkövammaisten apuvälineillä. Verkkosivut ovat parhaimmassa tapauksessa viestinnän saavutettavin väline. Toisaalta saavutettavuudeltaan puutteelliset verkkosivut saattavat sulkea suuren määrän potentiaalisia kävijöitä informaation ulkopuolelle.

Verkkosivujen suunnittelussa kannattaa olla tarkka ja huolellinen, sillä ihmiset käyttävät internetiä monilla eri tavoilla, kuten eri selaimilla (tekstipohjaisilla ja graafisilla), ohjaustavoilla, apuvälineillä (esim. ruudunlukuohjelma), erikokoisilla näytöillä, eri aistien avulla, erilaisilla resoluutioilla ja eri käyttöjärjestelmillä.

Moni kulttuuritoimija huolehtii verkkosivujen sisällöstä ja ylläpidosta itse. Sen sijaan verkkosivujen graafinen suunnittelu ja tekninen toteutus tilataan usein ostopalveluna. Tilaajan ei tarvitse tuntea tarkasti kaikkia esteettömyyden teknisiä edellytyksiä. Tilaajan on kuitenkin hyvä tuntea verkkosivujen saavutettavuuden pääperiaatteet ja varmistaa, että sekä verkkosivuston graafinen suunnittelija että tekninen toteuttaja ottavat ne huomioon työssään. Esteettömyydestä on tärkeää huolehtia jo suunnitteluvaiheessa, sillä sivujen muuttaminen esteettömiksi voi olla työlästä jälkikäteen.

Verkkosivujen saavutettavuudesta on useita hyviä, suomenkielisiä oppaita (ks. luku 5.1.6 ”Lisätietoa saavutettavista verkkosivuista”). Verkkosivujen esteettömyys kannattaa kuitenkin aina testauttaa ulkopuolisella arvioijalla. Verkkosivujen esteettömyyttä voi lisäksi testata joiltakin osin myös omatoimisesti (ks. luku 5.1.5 ”Verkkosivujen esteettömyyden testaajia ja testausohjeita”).

Oma verkkosivusto on kulttuuritoimijoille yleensä tärkein viestintäkanava internetissä, mutta monet käyttävät myös sosiaalista mediaa. Sosiaalista mediaa koskevat samat toiveet ja vaatimukset kuin verkkosivuja. Varsinkin luvun 5.1.3 ”Ylläpitäjän muistilista” ohjeita voi käyttää soveltaen myös sosiaalisen median sisällön luomiseen. Tosin sosiaalisen median palveluita on hankalampi muokata, sillä käyttäjä ei pääse järjestelmään käsiksi.

### 5.1.1 Tilaajan muistilista: verkkosivuston graafinen suunnittelu

- Aloitussivu ja sivuston rakenteen selkeys auttavat sivuston käyttäjää navigoinnissa.
- Navigointialue kannattaa sijoittaa sivuston vasempaan reunaan.
- Navigointirakenne kannattaa pitää samanlaisena sivuston kaikissa eri osissa.
- Sivuston ulkoasun johdonmukaisuus on tärkeää: samat elementit kannattaa pitää aina samassa kohdassa sivuston eri osissa (esimerkiksi kielivalinnat, navigointi ja hakutoiminto).

- Päävalikossa on hyvä olla oma linkki etusivulle.
- Sivuston käyttäjän on koko ajan nähtävä, missä osiossa hän on ja miten osio sijoittuu verkkosivuston rakenteeseen. Kaikkien päätasojen eli pääaiheiden on oltava koko ajan nähtävillä. Lisäksi navigaatiossa kannattaa ilmaista se osa, jota käyttäjä parhaillaan tarkastelee. Se voidaan tehdä esimerkiksi kirjainta paksuntamalla ja/tai väriä tummentamalla. Sivustolla on lisäksi hyvä olla murupolku<sup>40</sup> (yleensä sivun yläreunassa tai sisältöalueen yläpuolella oleva linkkilistaus, joka näyttää nykyisen sivun ja sen yläpuolella olevat tasot<sup>41</sup>).
- Kielivalintojen on oltava ymmärrettäviä: niissä ei kannata viitata yksittäisiin maihin (mieluummin ”suomeksi” ja ”in English” kuin valtioiden lipuilla merkittynä).

## 5.1.2 Tilaajan muistilista: verkkosivuston tekninen toteutus

- Tilaajan on edellytettävä verkkosivuston tekniseltä toteuttajalta sivuston toteuttamista esteettömästi. Esteettömyysvaatimukseen voi tutustua mm. Verkkosisällön saavutettavuusohjeet (WCAG) 2.0 -ohjeistuksen ([www.w3.org/Translations/WCAG20-fi](http://www.w3.org/Translations/WCAG20-fi)) avulla.
- Heti navigointialueen alussa on hyvä olla hyppylinkki, jolla ruudunlukuohjelman käyttäjä voi halutessaan ohittaa navigaation ja siirtyä suoraan sisältöön.
- Verkkosivuilla tulee olla hakutoiminto ja selkeät ohjeet sen käyttöön.
- Käyttäjälle on hyvä tarjota mahdollisuus suurentaa ja pienentää sivuston tekstiä ja kuvia. Näkövammaisten tulisi päästä suurentamaan tekstin kokoa oman selaimensa asetuksista.
- Sivukartta helpottaa tiedon etsimistä ja rakenteen hahmottamista.
- Verkkosivuilla on hyvä olla virheilmoitus. Mikäli käyttäjä esimerkiksi naputtelee väärän linkin, sivulle tulee selkeä ilmoitus, josta ilmenee, mistä virhe voi johtua ja miten käyttäjän tulee toimia.
- Linkit tulee erottaa esimerkiksi alleviivauksella muusta tekstistä.
- Käyttäjän on nähtävä linkistä, onko hän käyttänyt sitä. Linkin väri voi esimerkiksi vaihtua tai vaalentua, kun sitä on käytetty.
- Verkkosivustolle on hyvä teettää ulkopuolinen esteettömyystestaus esimerkiksi Näkövammaisten Keskusliiton tiedonhallintapalvelujen kautta. Lisäksi verkkosivun saavutettavuutta esimerkiksi selkokielen käyttäjien näkökulmasta voi arvioida ulkopuolisen testaajan avulla.

<sup>40</sup> Pätynen & Salonen 2012

<sup>41</sup> Älli & Kara 2009, 28



### 5.1.3 Ylläpitäjän muistilista

- Tietoa voi välittää tekstin lisäksi myös äänen ja kuvien avulla.
- Kaikkien äänitiedostojen sisällöt on hyvä tarjota myös tekstivaihtoehtona, ja videot kannattaa mahdollisuuksien mukaan tekstittää.
- Kaikille sivuille on luotava selkeät ja ymmärrettävät URL-osoitteet.
- Jokaiseen kuvaan kannattaa sitoa alt-määrite, jotta myös ruudunlukuohjelmaa käyttävä henkilö saisi tietoa kuvan sisällöstä. Alt-määrite on lyhyt kuvaileva teksti, joka saadaan näytöllä näkyviin viemällä hiiren osoitin kuvan päälle (esimerkiksi ”Valokuva Oulun kaupunginteatterin julkisivusta”). Alt-teksti on eri asia kuin kuvateksti. Alt-tekstin on tärkeää olla kuvan yhteydessä aina, mutta jos kuva ei sisällä käyttäjälle oleellista tietoa (esimerkiksi koristekuvat), voi alt-tekstin jättää tyhjäksi (alt=””). Alt-määritteet kannattaa lisätä myös siksi, että hakukoneet löytävät paremmin sivuston. Myös sosiaalisessa mediassa, jossa kuvien rooli on yleensä suuri, kannattaa kuville tarjota tekstivaihtoehto esimerkiksi kuvatekstin avulla.
- Linkkeinä toimivat kuvat ovat yleinen saavutettavuusongelma: linkit kannattaisi kirjoittaa aina auki tekstiksi, jotta käyttäjä tietää, mihin linkki johtaa.
- Jos linkkejä on paljon, ne kannattaa mieluummin koota tekstin jäljessä olevaksi listaksi kuin liittää tekstin sekaan.
- Linkkien tulee kuvata tarpeeksi tarkasti, mihin ne johtavat. Esimerkiksi linkit ”lue lisää” tai ”klikkaa tästä” eivät kerro ruudunlukuohjelmaa käyttävälle mitään, koska hän ei näe, mihin linkki liittyy. Jos linkki johtaa esimerkiksi seminaarin ohjelmaan, hyvä linkin nimi tai linkattava teksti voisi olla ”Saavutettavuus-seminaarin ohjelma 1.12.2011”.
- Tekstissä ei kannata käyttää tehokeinona alleviivausta, sillä se sotketaan usein linkkeihin.
- Sivuja kannattaa päivittää säännöllisesti ja poistaa vanhentuneet tiedot. Myös linkkien toimivuus on hyvä tarkistaa aika ajoin.
- Mikäli sivustolla on liitetiedostoja, kirjoita linkkiin huomautus tiedostomuodosta, esimerkiksi ”[PDF]”. Liitetiedostoon vievän linkin yhteydessä voi tarjota tiivistelmän tiedoston sisällöstä.
- PDF-tiedostoilla kannattaa olla tekstivaihtoehto (HTML, RTF tai esteetön DOC). Katso lisätietoja PDF- ja DOC-tiedostojen saavutettavuudesta luvusta 5.2 ”Esitteet” ja 5.1.6 ”Lisätietoa saavutettavista verkkosivuista”.

## 5.1.4 Verkkokirjoittaminen

Ruudulta lukeminen on hitaampaa kuin paperilta, joten verkkotekstistä kannattaa tehdä helpommin silmäiltävää, tiiviimpää ja jäsennellympää kuin painetusta tekstistä. On myös hyvä huomioida, että lukijat saattavat lukea sisältöä monessa eri järjestyksessä. Tämän vuoksi kunkin sivun tekstit kannattaa kirjoittaa siten, että ne toimivat myös itsenäisenä kokonaisuutena.<sup>42</sup>

Verkkotekstin rakenteeksi sopii hyvin uutisen rakenne eli tärkein asia sijoitetaan ensimmäiseksi ja siitä edetään vähemmän tärkeisiin asioihin. Tärkeitä sanoja voi korostaa esimerkiksi lihavoinnilla. Otsikointi sekä luetteloiden käyttäminen helpottavat hahmottamista ja tiedonhakua.<sup>43</sup> Otsikoissa tulee käyttää HTML-tageja oikein, eli sivun pääotsikko on H1 ja alaotsikot H2<sup>44</sup>. Tärkeät asiat on hyvä sanoa suoraan. Kielen kannattaa olla niin yksinkertaista kuin asiayhteys sallii.<sup>45</sup> Verkkoteksti kannattaa viimeistellä huolellisesti ja testata jollakin tulevalla lukijalla.<sup>46</sup>

## 5.1.5 Verkkosivuston esteettömyyden testaajia ja testausohjeita

- Papunet testaa verkkosivujen soveltuvuutta selkokielen käyttäjille.  
<http://papunet.net/yksikko/kayttavyyden-arviointi.html>
- Näkövammaisille soveltuvien verkkosivujen toteuttamisessa auttavat Näkövammaisten Keskusliitto ry:n tietohallintapalvelut ja Celia – Näkövammaisten kirjasto, jotka myös testaavat verkkosivuja.  
[www.nkl.fi/fi/etusivu/tietoa/esteettomyys/tilaaminen](http://www.nkl.fi/fi/etusivu/tietoa/esteettomyys/tilaaminen) ja [www.celia.fi](http://www.celia.fi)
- Näkövammaistahojen testausohjeet verkkosivuille ja -palveluille  
[www.nkl.fi/fi/etusivu/tietoa/esteettomyys/testohje](http://www.nkl.fi/fi/etusivu/tietoa/esteettomyys/testohje)
- HTML-koodin virheettömyyden voi testata osoitteessa <http://validator.w3.org>
- Ohjelmia sivuston testaamiseen värisokeille sopivaksi:  
[www.vischeck.com/vischeck/vischeckURL.php](http://www.vischeck.com/vischeck/vischeckURL.php) ja <http://colorfilter.wickline.org>
- Kokko-Kokki Oy: Testausohjeet verkkosivujen tekijälle  
[www.omat.fi/kokkoy/atk/esteettomyys.php](http://www.omat.fi/kokkoy/atk/esteettomyys.php)
- FAIDD Solutions Oy <http://faiddsolutions.com>

<sup>42</sup> Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2009, 94; Paasio 2008, 195–196 & Parkkola 2005, 61

<sup>43</sup> Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 94, 134

<sup>44</sup> Pätynen & Salonen 2012

<sup>45</sup> Korpela 2003, 17

<sup>46</sup> Paasio 2008, 200

## Lisätietoa saavutettavista verkkosivuista

- World Wide Web Consortiumin (W3C) WAI-ohjeet [www.w3.org/WAI](http://www.w3.org/WAI)
- W3C:n suomenkieliset Verkkosivujen sisällön saavutettavuusohjeet (WCAG) 2.0 [www.w3c.tut.fi](http://www.w3c.tut.fi)
- JUHTAn (Julkisen hallinnon tietohallinnon neuvottelukunnan) JHS 129-suositukset: [www.jhs-suositukset.fi/web/guest/jhs/recommendations](http://www.jhs-suositukset.fi/web/guest/jhs/recommendations). JHS 129 -suosituksissa on myös verkkosivuston päivittäjälle hyödyllistä tietoa.
- Valtiovarainministeriön tuottama Verkkopalvelujen laatukriteeristö: [www.tinyurl.com/laatukriteeristo](http://www.tinyurl.com/laatukriteeristo)
- Sami Ällin ja Henna Karan Saavutettavuus verkkopalvelussa itseopiskelumateriaali: [www.tinyurl.com/saavutettavuusverkkopalvelussa](http://www.tinyurl.com/saavutettavuusverkkopalvelussa)  
Tämä materiaali on suunnattu verkkopalveluista vastaaville henkilöille ja sisällöntuottajille, ei niinkään teknisille toteuttajille.
- Korpela, Jukka K. Www-sivut jokaiselle sopiviksi. Esteettömien verkkosivujen tekemisen opas kaikille tekijöille ja teettäjiille. Helsinki: TIEKE Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry.  
<http://www.tieke.fi/pages/viewpage.action?pageId=15112643>
- Saavutettava.fi-sivusto julkaisee uutisia ja kirjoituksia saavutettavuudesta ja web-standardeista. [www.saavutettava.fi](http://www.saavutettava.fi)
- Essi – esteetön sisällöntuotanto -kurssi <http://www.appro.mit.jyu.fi/essikurssi/>
- Flash-sovellusten ja Java-applettien toteuttaminen saavutettavasti [www.webaim.org/techniques/flash](http://www.webaim.org/techniques/flash) ja [www.sun.com/accessibility/resources.jsp](http://www.sun.com/accessibility/resources.jsp)
- JavaScript-koodin toteuttaminen saavutettavasti [www.webaim.org/techniques/javascript](http://www.webaim.org/techniques/javascript)
- DOC-dokumenttien toteuttaminen saavutettavasti [www.webaim.org/techniques/word](http://www.webaim.org/techniques/word)
- PDF-dokumenttien toteuttaminen saavutettavasti
  - WebAIM [www.webaim.org/techniques/acrobat](http://www.webaim.org/techniques/acrobat)
  - Saavutettava.fi [www.saavutettava.fi/2006/09/23/pdfn-saavutettavuuden-nelja-tasoa](http://www.saavutettava.fi/2006/09/23/pdfn-saavutettavuuden-nelja-tasoa)
  - Creating Accessible Adobe PDF Files [www.adobe.com/enterprise/accessibility/pdfs/acro6\\_pg\\_ue.pdf](http://www.adobe.com/enterprise/accessibility/pdfs/acro6_pg_ue.pdf)

## 5.2 Esitteet

Painotuotteiden suunnittelun yhteydessä kannattaa kiinnittää huomiota käytettäviin materiaaleihin. Esimerkiksi liian kiiltäviä paperilaatuja kannattaa välttää, koska valo saattaa heijastua niistä lukemista häiritsevästi.<sup>47</sup> Paperin tulisi myös olla tarpeeksi paksua, jotta sivun toisella puolella oleva teksti ei näkyisi häiritsevästi läpi. Lisäksi painotuotteista kannattaa tehdä helposti käsiteltävät. Esimerkiksi liian raskaat näyttelyluettelot tai kovin pitkät haitarimalliset esitteet ovat hankalia selata.

Paljon tietoa sisältävissä ohjelmakartoissa on erityisen tärkeää noudattaa selkeän graafisen suunnittelun ohjeita. Kun suuri määrä tietoa yritetään saada mahtumaan pieneen tilaan, syntyy hyvin helposti ongelmia sekavuudesta.

<sup>47</sup> Itkonen 2006, 84; Virtanen 2002, 61

Jos esite on ladattavissa verkkosivuilta, kannattaa huomioida, että usein käytetty PDF- tiedostomuoto (Portable Document Format) ei ole saavutettava ruudunlukuohjelmaa käyttävän näkövammaisen henkilön kannalta. PDF:lle kannattaakin tarjota vaihtoehto eli HTML- tai tekstiversio. Esimerkiksi saavutettavasti toteutetut DOC- ja RTF-dokumentit ovat toimivia vaihtoehtoja. DOC-tiedostossa on tärkeää muistaa käyttää otsikkomäärittäjiä. PDF-tiedostosta voi tehdä saavutettavan asettamalla huolellisesti tagit paikoilleen (linkkejä ohjeisiin löytyy kohdasta 5.1.6. ”Lisätietoa saavutettavista verkkosivuista”), mutta silloin PDF:n lukemiseen tarvitaan erillinen ohjelmisto. Siksi käytännössä helpointa ja varmintä on tarjota PDF:lle vaihtoehto. Tekstiversion tarjoaminen kannattaa huomioida myös esimerkiksi silloin, jos käyttää PDF-tiedostoa sähköpostin liitteenä.

## 5.3 Asiakaspalvelu

Asiakaspalvelulla on suuri merkitys saavutettavuudesta ulospäin viestittäessä. Asiakkaan on löydettävä helposti henkilö, jolta voi kysyä apua tarvittaessa<sup>48</sup>, sekä paikan päällä että etukäteen. Esimerkiksi puhelinnumero verkkosivuilla ja tieto siitä, milloin numeroon voi soittaa, helpottaa neuvon kysymistä etukäteen.

Asiakkaiden kanssa tekemisissä olevilla henkilöillä tulee olla hyvät kommunikaatiotaidot. Useiden kielten ja vaihtoehtoisten kommunikaatiomuotojen hallitseminen on eduksi asiakaspalvelutyössä. Lisäksi asiakaspalvelijoiden on hyvä tietää selkokielen vuorovaikutuksen periaatteet ja perustiedot erilaisista toimintarajoitteista.<sup>49</sup> Ainakin tärkeimmissä asiakaspalvelupisteissä, kuten lipunmyynnissä ja infopisteessä, kannattaa olla kommunikaatiota helpottavia apuvälineitä. Hyviä perusvälineitä ymmärtämisen helpottamiseen ovat kynä ja paperi, kyllä/ei-kortit, valmiiksi kirjoitetut sanalistat ja kuvakansio, jonka avulla voi ilmaista asioita osoittamalla kuvia.<sup>50</sup>

Henkilökunnan on tunnettava yleisölle tarjolla olevat apuvälineet ja niiden käyttöohjeet. Lisäksi henkilökunnan joukosta on nimettävä henkilöitä, jotka vastaavat apuvälineiden huollosta ja ylläpidosta. Henkilökunnan tulisi tarjota apuvälineitä asiakkaille oma-aloitteisesti ja auttaa niiden käyttöönotossa.<sup>51</sup> Lisäksi henkilökunnan on tunnettava saavutettavuuden peruseriaatteet ja se, miten ne toteutuvat kyseisessä kulttuurikohteessa.<sup>52</sup>

Henkilökunnalle kannattaa antaa eri kommunikaatiotapoihin liittyvää koulutusta.<sup>53</sup> Ylipäätään kaikkeen henkilöstölle tarjottuun koulutukseen kannattaa sisällyttää kulloiseenkin asiaan liittyvät saavutettavuus- ja moninaisuusnäkökulmat.<sup>54</sup>

<sup>48</sup> Svensson 2003, 89

<sup>49</sup> Opetusministeriö 2004, 20–21

<sup>50</sup> Opetusministeriö 2004, 45; Tietotekniikka- ja kommunikaatiokeskus Tikoteekki 2008, 7–8

<sup>51</sup> Opetusministeriö 2004, 15; Salovaara & Tuura 2009, 56

<sup>52</sup> Opetusministeriö 2004, 15

<sup>53</sup> Opetusministeriö 2004, 20–21, 45

<sup>54</sup> Salovaara & Tuura 2009, 42

## 5.4 Viestintä paikan päällä

Paikan päällä tapahtuvaan viestintään voidaan lukea esimerkiksi opasteet, kuulutukset, infopiste, salitekstit, kartat, käsiohjelmat, teosten nimikyltit, infotaulut ja lisätietoa tarjoavat näytöt.

Myös paikan päällä olevaa viestintää kannattaa tarjota vaihtoehtoisissa muodoissa. Saavutettavuuden kannalta on tärkeää, että informaatio on selkeää, helposti löydettävissä sekä monella aistilla vastaanotettavaa. Esimerkiksi kuulutusten sisällön voi tarjota tekstinä mahdollisilla näytöillä tai, jos näyttöjä ei ole käytössä, paperilla. Kuuluttajan on hyvä puhua selkeästi ja rauhallisesti yleiskieltä sekä toistaa tärkeimmät asiat. Lisäksi kuulutukset kannattaa tehdä useammalla kuin yhdellä kielellä. Turvallisuuden kannalta on olennaista, että esimerkiksi palohälytyksestä tiedotetaan sekä äänen että valon avulla.

Infopiste on hyvä merkitä näkyvästi ja infopisteelle opastamisessa voi hyödyntää symboleita. Infopiste kannattaa sijoittaa keskeiselle paikalle, johon on esteetön kulku. Infopisteessä voi olla tarjolla esimerkiksi mukaan otettavia kartoja ja/ tai kohokarttoja sekä mahdollisia lainattavia apuvälineitä. Infopiste tulee merkitä karttoihin ja opasteisiin. Sen sijainnista on hyvä tiedottaa myös etukäteen esimerkiksi verkkosivuilla.

Opasteissa kannattaa käyttää symboleja. Opasteet tulee valaista hyvin ja sijoittaa näkyvälle paikalle. Opasteita ei kannata laittaa lasipinnalle, sillä pinta heijastaa valoa ja tällöin opastetta on vaikea hahmottaa. Taktiiliopasteet eli koholla olevat, kepillä tai käsin tunnusteltavat opasteet helpottavat näkövammaisten ihmisten liikkumista.

## 5.5 Suullinen esitys

Äänentoistoa kannattaa käyttää aina suurehkossa tilassa tai silloin, jos kuulijoita on paljon.<sup>55</sup> Mikrofonin käytöllä voidaan varmistaa, että kaikki kuulevat. Muista tämä myös yleisössä ollessasi, esimerkiksi kysyessäsi tai kommentoidessasi. Jos tilassa on induktiosilmukka, mikrofoniiin puhuminen on välttämätöntä. Induktiosilmukan käyttäjät kuulevat vain sen puheen, joka tulee mikrofonin kautta. Mikrofoniiin puhuttaessa kannattaa yrittää pitää äänenvoimakkuus ja puhenopeus tasaisena.<sup>56</sup> Lisäksi on hyvä huolehtia, ettei mikrofoni peitä huuliota eli suun liikkeitä. Samasta syystä kasvojen valaistuksen tulisi olla riittävä. Mikäli puheesi tulkataan, puhu rauhallisella nopeudella ja pidä pieniä taukoja. Näin helpotat tulkin työtä.

<sup>55</sup> Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 285

<sup>56</sup> Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 285

Liialliset yksityiskohdat kannattaa karsia puheesta pois (esimerkiksi suuret luvut), sillä niitä on vaikeampi hahmottaa puheessa kuin kirjoitetussa tekstissä, jossa lukija voi pysähtyä miettimään lukemaansa. Havainnollisuutta voi lisätä konkreettisilla esimerkeillä. Kertaa mahdollisuuksien mukaan esityksesi pääkohdat.

#### Diaesitys suullisen esityksen tukena

- Diaesityksessä olevan tekstin otsikon kirjainkokoiksi suositellaan vähintään kokoa 36 ja leipätekstin kokoa 24. Tarpeeksi suuri kirjainkoko varmistaa, että kauempanakin istuvat näkevät tekstin. Selkeä päätteetön kirjaintyyppi, kuten Arial, hahmottuu parhaiten.<sup>57</sup>
- Tekstin värin on erotuttava selkeästi taustaväristä (kontrasti 80 %), joten vaalea taustaväri ja tumma teksti ovat hyviä ratkaisuja.<sup>58</sup>
- Esitykseen kannattaa laittaa suurikokoisia kuvia.<sup>59</sup>
- Monitulkintaisia termejä ja lyhenteitä kannattaa välttää.<sup>60</sup>
- Diassa olevan tiedon määrä on hyvä pitää vähäisenä. Yhdelle dialle kannattaa laittaa yksi asia, yksi kuva tai kaavio tai kymmenkunta sanaa.<sup>61</sup> Keskeisimmät asiat on hyvä tuoda esiin sekä puheessa että dialla.
- Animointeja eli esimerkiksi liikkuvia otsikoita ja muita ohjelmien erikoistehosteita kannattaa käyttää harkitusta.<sup>62</sup>
- Diojen määrää kannattaa rajoittaa, jotta jokaisen dian käsittelyyn jää tarpeeksi aikaa.<sup>63</sup>
- Yleisön kannattaa antaa katsoa uutta diaa hetki, ennen kuin alkaa kertoa suullisesti asioista.<sup>64</sup>
- Esityksen kuvat voi kuvailla sanallisesti. Se on välttämätöntä, mikäli kuulijoissa on henkilöitä, jotka eivät näe kuvia.<sup>65</sup>

<sup>57</sup> Kulttuurikaikille -palvelu 2011a, 3

<sup>58</sup> Kulttuurikaikille -palvelu 2011a, 3

<sup>59</sup> Siukosaari 2002, 166

<sup>60</sup> Puro 2004, 25

<sup>61</sup> Siukosaari 2002, Puro 2004, 25

<sup>62</sup> Puro 2004, 25

<sup>63</sup> Puro 2004, 25

<sup>64</sup> Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 221

<sup>65</sup> Kulttuurikaikille -palvelu 2011a, 3

## 6 Palautteen kerääminen

---

Kaikesta viestinnästä kannattaa kerätä palautetta. Esimerkiksi verkkosivuilla voi olla palautelomake tai yhteystiedot henkilölle, jolle palautetta voi lähettää. Eri yhteyksissä on hyvä tuoda ilmi, että organisaatio on kiinnostunut palautteesta ja suhtautuu siihen myönteisesti.<sup>66</sup> Palautteen kautta saattaa nousta esiin hyviä parannusehdotuksia tai asioita, joita ei olisi muuten tullut ajatelleeksi. Palautetta voi pyytää erikseen tietyiltä kohderyhmiltä, jos haluaa saada tietoa juuri sen kohderyhmän tavoittamisesta tai kuulla heidän kokemuksiaan omasta toiminnasta ja viestinnästä.

Kaikki viestintä tuottaa palautetta, joten sitä kannattaa analysoida silloinkin, kun palautetta ei erikseen kerätä. Palautetta on asiakkailta tulevien ja kerättävien kommenttien lisäksi esimerkiksi sekin, paljonko ihmisiä kulttuuritapahtumaan tulee ja onko heissä mahdollisesti erityis- tai vähemmistöryhmien edustajia.

<sup>66</sup> Kuluttajavirasto 2011

# Lähteet

- Communication & Design 2010. 3 Tips for Effective Global Communication. Viitattu 10.2.2012.  
<http://communication-design.net/3-tips-for-effective-global-communication>
- Hiltunen, Anna-Kaisa. Sanasto monikulttuurisuudesta. Taidemuseoalan kehittämissyksikkö Kehys: Kulttuurivähemmistöprojekti. Viitattu 10.2.2012.  
[www.cultureforall.info/doc/monikulttuurisuus\\_kansio/sanasto.pdf](http://www.cultureforall.info/doc/monikulttuurisuus_kansio/sanasto.pdf)
- Hirsjärvi, Sirkka; Remes, Pirkko ja Sajavaara, Paula 1997. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Itkonen, Markus 2003. Typografian käsikirja. Helsinki: RPS-yhtiöt.
- Itkonen, Markus 2006. Typografia ja luettavuus. Teoksessa Leskelä, Leealaura & Virtanen, Hannu (toim.) 2006. Toisin sanoen. Selkokielen teoriaa ja käytäntöä. Helsinki: Oppimateriaalikeskus Opike, s.72-86.
- Itkonen, Markus 2012. Saavutettavan viestinnän oppaan tarkistaminen. Email [outi.salo@humak.edu](mailto:outi.salo@humak.edu) 4.3.2012.
- Korpela, Jukka K. 2003. Www-sivut jokaiselle sopiviksi. Esteettömien verkkosivujen tekemisen opas kaikille tekijöille ja teettäjiille. Helsinki: TIEKE Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry. Viitattu 4.10.2011.  
[www.tieke.fi/mp/db/file\\_library/x/IMG/13104/file/esteettomyysopas.pdf](http://www.tieke.fi/mp/db/file_library/x/IMG/13104/file/esteettomyysopas.pdf)
- Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka; Kuronen, Maija-Liisa & Ollikainen, Marja 2009. Yrityksen viestintä. Helsinki: Edita. 5.-6. painos.
- Kulttuuria kaikille -palvelu 2011a. Tarkistuslista esteettömän koulutuksen järjestäjälle. Viitattu 18.7.2011.  
[www.kulttuuriakaikille.fi/doc/tarkistuslistat/esteettoman\\_koulutuksen\\_jarjestaminen\\_tarkistuslista.pdf](http://www.kulttuuriakaikille.fi/doc/tarkistuslistat/esteettoman_koulutuksen_jarjestaminen_tarkistuslista.pdf)
- Kulttuuria kaikille -palvelu 2011b. Symboleja viestintään. Viitattu 24.9.2011.  
[www.kulttuuriakaikille.info/saavutettavuus\\_symboleja\\_viestintaan](http://www.kulttuuriakaikille.info/saavutettavuus_symboleja_viestintaan)
- Kulttuuria kaikille -palvelu 2011c. Kulttuurifestivaalien ja -tapahtumien saavutettavuus. Keväällä 2011 toteutetun kyselyn tulokset. Viitattu 15.12.2011.  
[www.cultureforall.info/doc/tutkimukset\\_ja\\_raportit/Kulttuurifestivaalien\\_ja\\_tapahtumien\\_saavutettavuus.pdf](http://www.cultureforall.info/doc/tutkimukset_ja_raportit/Kulttuurifestivaalien_ja_tapahtumien_saavutettavuus.pdf)
- Kulttuuria kaikille -palvelu 2012 (julkaistaan keväällä 2012). Vammaisten ihmisten kokemukset taide- ja kulttuuripalvelujen käyttäjinä. Kyselyyn ja haastatteluihin perustuva selvitys vuonna 2011.
- Kuluttajavirasto 2011. Tietoa yrityksille asiakaspalautteesta. Viitattu 7.11.2011.  
[www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/yritykselle/asiakaspalvelu/palaute](http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/yritykselle/asiakaspalvelu/palaute)
- Näkövammaisten Keskusliitto ry 2011. Suositus painetun tekstin tekijöille. Viitattu 2.10.2011.  
[www.nkl.fi/fi/etusivu/oikeus/lausunto/suosituks/painettu\\_teksti](http://www.nkl.fi/fi/etusivu/oikeus/lausunto/suosituks/painettu_teksti)
- Ohtonen, Marianna 2002. Selkokielisyyden Internetissä. Teoksessa Virtanen, Hannu (toim.) 2002. Selko-opas. Tampere: Kehitysvammaliitto, s. 69-82.
- Opetusministeriö 2002. Kulttuuria kaikille. Esitys vammaiskulttuurin ja kulttuurin saavutettavuuden edistämiseksi. Opetusministeriön työryhmien muistioita 30:2002.
- Opetusministeriö 2004. Taide tarjolle, kulttuuri kaikille. Vammaiset ja kulttuuri -toimikunnan ehdotus toimenpideohjelmaksi. Opetusministeriön julkaisuja 2004:29.
- Opetusministeriö 2006. Taiteen ja kulttuurin saavutettavuus. Opetusministeriön toimenpideohjelma 2006–2010. Opetusministeriön julkaisuja 2006:6.



- Paasio, Harri 2008. Tietokirjoittaja verkossa. Teoksessa Jussila, Raimo; Ojanen, Eero ja Tuominen, Taija (toim.) 2008. Tieto kirjaksi. Helsinki: Kansanvalistusseura. 1.-2. painos, s. 195-210.
- Parkkola, Timo 2005. Kulttuurituottajan tiedotusopas. Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu. Sarja C. Oppimateriaalit 12/2005.
- Puro, Jukka-Pekka 2004. Onnistu viestinnässä. Juva: WSOY.
- Pätynen, Tommi ja Salonen, Kirsti-Sisko (Näkövammaisten Keskusliitto) 2012. Saavutettavan viestinnän oppaan tarkistaminen. Email outi.salo@humak.edu 24.2.2012.
- Salo-Lee, Liisa 2003. Kulttuurienvälinen viestintä. Viitattu 10.2.2012.  
[www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/artikkelit/kulttuurienvalainen\\_viestinta.html](http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/artikkelit/kulttuurienvalainen_viestinta.html)
- Salovaara, Sari ja Tuura, Kristiina 2009. Toimittanut Pettersson, Susanna. Kaikkien taidemuseo. Saavutettavuus ja diversiteetti Valtion taidemuseossa 2009–2013. Valtion taidemuseon mietinnöt ja strategiat Vtm dnro 2/402/2009.
- Selkokeskus 2011. Viitattu 15.8.2011.  
<http://papunet.net/selkokeskus/teoriaa/maaritelma.html>
- Siukosaari, Anssi 2002. Yhteisöviestinnän opas. Yrityksen, järjestön, laitoksen, julkishallinnon yksikön ja muun yhteisön yhteydenpito ja tiedotustoiminta. Helsinki: Tietosanoma. 2. tarkistettu painos.
- Svensson, Elisabet 2003. Museo kaikille – Pohjoismainen esteettömyys- ja saavutettavuusopas. Suomentaja GeEdu, suomeksi toimittanut Sari Salovaara. Helsinki: Taidemuseoalan kehittämissyksikkö KEHYS, Valtion taidemuseo.
- Tietotekniikka- ja kommunikaatiokeskus Tikoteekki 2008. Opas kommunikoinnin mahdollisuuksiin. Viitattu 20.1.2012.  
[http://papunet.net/tietoa/fileadmin/muut/Esitteet/opas\\_kommunikoinnin\\_mahdollisuuksiin\\_2008.pdf](http://papunet.net/tietoa/fileadmin/muut/Esitteet/opas_kommunikoinnin_mahdollisuuksiin_2008.pdf)
- USLegal 2012. Intercultural Communication Law & Legal Definition. Viitattu 10.2.2012.  
<http://definitions.uslegal.com/i/intercultural-communication/>
- Valtiovaraministeriö 2004. Julkisten verkkopalveluiden laatukriteerit. Työryhmämuistioita 8/2004. Helsinki: Edita.
- Virtanen, Hannu 2002. Selkojulkaisujen ulkoasusta. Teoksessa Virtanen, Hannu (toim.) 2002. Selko-opas. Tampere: Kehitysvammaliitto. s. 53-68.
- Virtanen, Hannu 2009. Selkokielen käsikirja. Helsinki: Oppimateriaalikeskus Opike.
- W3C 2011. Verkkosisällön saavutettavuusohjeet (WCAG) 2.0. Viitattu 31.1.2012.  
[www.w3.org/Translations/WCAG20-fi](http://www.w3.org/Translations/WCAG20-fi)
- Wiio, Antti 2004. Käyttäjystävällisen sovelluksen suunnittelu. Helsinki: Edita, IT Press. 1. painos.
- Wiio, Osmo A. 1968. Ymmärretäänkö sanomasi? Helsinki: Weilin+Göös. 3. laajennettu painos.
- Wiio, Osmo A. 2009. Viestintä yleensä epäonnistuu, paitsi sattumalta. Wiion lait viestinnästä ja tulevaisuudesta. Helsinki: Deltakirja.
- Älli, Samo & Kara, Henna 2009. Saavutettavuus verkkopalvelussa. Itseopiskelumateriaali. Viitattu 10.4.2012.  
[www.tinyurl.com/saavutettavuusverkkopalvelussa](http://www.tinyurl.com/saavutettavuusverkkopalvelussa)

# Liite: Lyhyt tarkistuslista viestinnän saavutettavuudesta

Tämä tarkistuslista on tarkoitettu avuksi viestinnän saavutettavuuden omatoimiseen kartoittamiseen. Se on tehty Viestintää kaikille -oppaan tueksi, mutta sitä voi käyttää myös itsenäisenä työkaluna.

	KYLLÄ	EI
1. Ovatko käyttämänne viestintämateriaalit visuaalisesti selkeitä?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Onko viestintämateriaaleissa käytetty kieli selkeää ja ymmärrettävää?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Ovatko tärkeimmät tiedot helposti löydettävissä ja ymmärrettävissä?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Kerrotaanko kohteen saavutettavuudesta symbolien ja tekstien avulla: a. verkkosivuilla b. esitteissä	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
5. Kerrotaanko mahdollisista osallistumista haittaavista esteistä tekstien avulla: a. verkkosivuilla b. esitteissä	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
6. Annetaanko esimerkiksi verkkosivuilla ja esitteissä yhteystiedot henkilölle, jolta saa lisätietoja kohteen saavutettavuudesta?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Onko viestinnässä käytetty useita eri kieliä?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Onko selkokielistä viestintää?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Onko viittomakielistä viestintää?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Käytetäänkö viestinnässä vaihtelevia esitystapoja, sekä ääneen että visuaaliseen informaatioon perustuvia?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Käytetäänkö viestinnässä useita erilaisia välineitä?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Käytetäänkö viestinnässä tekstiä tukevia kuvia?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Ovatko verkkosivut esteettömät? (ks. Verkkosisällön saavutettavuusohjeet (WCAG) 2.0 -ohjeistus)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Onko verkkosivuille teetetty esteettömyystestaus näkövammaisten käyttäjien kannalta?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Kohdennetaanko tiedottamista myös vähemmistö- ja erityisryhmille?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Pyydetäänkö asiakkailta palautetta viestinnästä?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>





[www.kulttuuriakaikille.info](http://www.kulttuuriakaikille.info)  
[www.kulturforalla.info](http://www.kulturforalla.info)  
[www.cultureforall.info](http://www.cultureforall.info)

ISBN: 978-952-6677-00-2 (nidottu)