



Satakunnan ammattikorkeakoulu
Satakunta University of Applied Sciences

ERIKA VIITASAARI

Sosiaalisen median saavutettavuus – käytännön vinkkejä viestinnän yh- denvertaisuuden edistämiseksi

SOSIONOMIN TUTKINTO-OHJELMA
2023

Tekijä(t) Viitasaari Erika	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä tammikuu 2023
	Sivumäärä 28	Julkaisun kieli suomi
Julkaisun nimi Sosiaalisen median saavutettavuus - käytännön vinkkejä viestinnän yhdenvertaisuuden edistämiseksi		
Tutkinto-ohjelma Sosionomi (AMK) sosiaaliala		
Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia sosiaalisen median saavutettavuutta, eri ulottuvuuksia teorian ja empiirisen tutkimuksen keinoin. Opinnäytetyön tarkoituksena on tutustua saavutettavuusvaatimuksiin ja koota käytännön vinkkejä siitä, miten sosiaalista mediaa käyttävät sosiaali- ja terveysalan ammattilaiset ja opiskelijat pystyvät vaikuttamaan sosiaalisen median saavutettavuuteen. Sosiaalisen median saavutettavuutta tarkastellaan opinnäytetyössä sosiaalialan näkökulmasta. Opinnäytetyön aihe muokkautui ollessani harjoittelussa Palvelukeskus Soteekissa. Soteekin sosiaalisen median ohjeistusta ei ole päivitetty vuoden 2019 jälkeen ja sen jälkeen opinnäytetyön tarkoituksena oli päivittää sosiaalisen median ohjeistus. Sosiaalisen median ohjeistuksen päivittämisen tarkoituksena oli tehdä ohjeistuksesta saavutettavampi ja mahdollisesti saada uudet opiskelijat miettimään enemmän sosiaalisen median saavutettavuutta ja sitä, miten julkaisuista saataisiin saavutettavia kaikille. Sosiaalisen median ohjeistus on Palvelukeskus Soteekin opiskelijoiden käytössä. Opinnäytetyön aihealue pysyi vahvasti sosiaalisen median saavutettavuudessa ja siinä, miten itse opiskelijat pystyvät saavutettavuuteen vaikuttamaan. Opinnäytetyön teokseen eli sosiaalisen median ohjeistukseen sai vaikuttaa itse Soteekin opiskelijat, että ohjeistuksen kirjoittaja. Opinnäytetyön lähdeaineistona käytettiin aiheeseen liittyvää kirjallisuutta ja verkkojulkaisuja. Opinnäytetyön tuotoksessa on tutustuttu valmiina olevaan sosiaalisen median ohjeistukseen ja saavutettavuuden vaatimuksiin ja siihen miten sosiaalisen median julkaisuista saadaan kaikille saavutettavia. Tuloksena syntyi päivitetty versio sosiaalisen median ohjeistuksesta, joka on saavutettavampi ja näin ollen palvelee laajempaa ihmisryhmää. Jatkossa sosiaalisen median ohjeistusta voisi päivittää useammin, jotta uudet opiskelijat saavat päivitettyä tietoa. Myös sosiaalisen median ohjeistusta voitaisiin päivittää enemmän Soteekille sopivammaksi esimerkiksi opiskelijan toimesta, joka Soteekissa on sillä hetkellä.		
Asiasanat Saavutettavuus, sosiaalisen median saavutettavuus, sosiaalinen media, viestintä, selkokieli		

Author(s) Viitasaari Erika	Type of Publication Bachelor's thesis	Date January 2023
	Number of pages 28	Language of publication: Finnish
Title of publication Accessibility of social media – practical tips to promote equality in communication		
Degree program Bachelor's Degree Programme in Social Services		
The aim of this thesis is to investigate the accessibility of social media, different dimensions by means of theoretical knowledge and empirical research. The purpose of the thesis is to get to know the accessibility requirements and gather practical tips on how social media and health professionals and students who use social media can influence the accessibility of social media. The accessibility of social media is examined in the thesis from the perspective of the social sector. The topic of the thesis was modified during my internship at Palvelukeskus Soteekki. Soteekki social media guidelines have not been updated since 2019, and after that the purpose of the thesis was to update the social media guidelines. The purpose of updating the social media guidelines was to make the guidelines more accessible and possibly make new students think more about the accessibility of social media and how to make publications accessible to everyone. Social media guidelines are available to the students of Palvelukeskus Soteekki. The subject area of the thesis remained strongly in the accessibility of social media and how the students themselves can influence accessibility. Soteekki students and the author of the guidelines were able to influence the work of the thesis, i.e., the guidelines for social media. Literature and online publications related to the subject were used as source material for the thesis. In the output of the thesis, we have familiarized ourselves with the ready-made social media guidelines and accessibility requirements and how to make social media publications accessible to everyone. The result was an updated version of the social media guidelines, which is more accessible and therefore serves a wider group of people. In the future, the social media guidelines could be updated more often so that new students get updated information. Also, the social media guidelines could be updated to be more suitable for Soteekki for example, by a student who is at Soteekki at the time.		
<u>Key words</u> Accessibility, social media accessibility, social media, communication, plain language		

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 TEORIA	7
2.1 Saavutettavuus.....	7
2.2 Saavutettava viestintä.....	8
2.3 Sosiaalinen media ja saavutettavuus	9
2.4 Selkokieli.....	10
2.5 WCAG-ohjeistus	11
3 OPINNÄYTETYÖN TUTKIMUSOSA	12
3.1 Opinnäytetyön tavoitteet	12
3.2 Opinnäytetyön menetelmät	13
3.3 Opinnäytetyön tilaaja	13
4 OPINNÄYTETYÖN TULOKSET	15
4.1 Sosiaalisen median ohjeistuksen rakenne	15
4.2 Ohjeistuksen saavutettavuus	15
4.3 Sosiaalisen median ohjeistuksen tiedot.....	16
4.4 Sosiaalisen median ohjeistuksen lisäykset.....	18
4.4.1 Lisätyt ohjeistukset	19
4.5 Sosiaalisen median ohjeistuksen kokonaisuus	23
5 POHDINTA	24
5.1 Opinnäytetyön aiheen valinta.....	24
5.2 Opinnäytetyön tärkeimmät tulokset	25
5.3 Oma ammatillinen kasvu ja kehittyminen.....	25

LÄHTEET

LIITTEET

1 JOHDANTO

Viestinnässä sosiaalisen median käyttö on arkipäivää ja tärkeä osa viestinnän kokonaisuutta. Saavutettavuusvaatimukset täytyy huomioida varsinkin julkishallinnossa. Nämä vaatimukset ovat laissa ja lain piirissä kulkevat julkishallinnon sosiaaliset medioiden on tuotettava saavutettavaa sisältöä omissa kanavissa. Eri sosiaalisen median kanavissa on olemassa asetuksia ja toimintoja, jotka parantavat saavutettavuutta. Esimerkiksi Facebookissa on saatavilla vaihtoehtoinen teksti, minkä voi lisätä julkaistuihin kuviin. Tämä vaihtoehtoinen teksti ei näy julkaisun yhteydessä muille näkeville käyttäjille. (saavutettavasti [www-sivut](#), n.d.)

Sosiaalialalla digilisaatio on tuonut työhön uusia palvelumuotoja, joustavuutta ja osallisuutta. On kehitetty uudenlaisia järjestelmiä, kuten ajanvarauskäytäntöjen joustavuuden lisääminen ja vaihtoehtoisesti asiakastapaamisen järjestäminen verkossa. Verkkopalveluiden käyttäminen mahdollistaa asiakkaan yhteydenoton matalalla kynnyksellä ja siellä pystyy myös asioimaan anonyymisti. Etäpalveluiden selkokielisyydessä on kuitenkin havaittu erilaisia puutteita ja käytettävä kieli ei ole ollut kaikille tarpeeksi selkeää ja ymmärrettävää. Jotta digitaaliset palvelut olisivat kaikille saavutettavia, on hyvä huomioida, että ei käytä liian hallinnollista kieltä, saatavilla oleva tieto on oleellista ja ajankohtaista ja muistaa huomioida erityisryhmien tarpeet. (sosdigi.weebly.com, Uski, 2022)

Sosiaalisen median saavutettavuudesta löytyy opinnäytetöitä, mutta ei löydy montakaan juurikin sosiaalialan näkökulmasta. Sosiaalialan työntekijä tarvitsee tätä tietoa, jos käyttää sosiaalista mediaa työssään. Esimerkiksi monella yksiköllä, on se sitten vammaispalveluiden asumisyksikkö tai lastensuojelulaitos, heillä on oma Instagram sivusto. Näin he tuovat esille minkälaista elämää näissä yksiköissä eletään ja minkälaisia asiakkaita näissä yksiköissä asuu. Onkin tärkeää, että henkilöstö, jotka postaavat näihin sosiaalisen median käyttäjille, osaavat tehdä julkaisuistansa saavutettavampia.

Näiden yksiköiden omat asiakkaat katsovat julkaisuja ja heidän läheisensä katsovat niitä myös.

Opinnäytetyön aiheena on tehdä empiirinen tutkimus sosiaalisen median saavutettavuudesta. Saavutettavuus on ajankohtaista palveluissa ja erilaisissa tehtävissä. Sosiaalinen media ja sieltä saatava tieto on ihmisille jopa tärkeämpää kuin itse tiedon saaminen ammattilaiselta suoraan. Sosiaalisen median pitäisi pysyä mukana maailman menossa ja saavuttaa mahdollisimman moni ihminen eri alustojen kautta. Onko sosiaalisessa mediassa tarpeeksi ohjeita? Onko ohjeet saavutettavia? Onko somepäivitykset ja nettisivut saavutettavia? Miten hyvin mediat ja sivustot tekevät itsestään saavutettavia erityisihmisille tai kehitysvammaisille? Onko saavutettavuus tarpeeksi hyvä vai tarvitaanko siihen parannusta?

Tässä opinnäytetyössä on tavoitteena tutkia sosiaalisen median saavutettavuutta eri ulottuvuuksia teorian tiedon keinoin. Sosiaalisen median saavutettavuutta tarkastellaan tässä opinnäytetyössä sosiaalialan näkökulmasta. Opinnäytetyön tavoitteena on päivittää Palvelukeskus Soteekin sosiaalisen median ohjeistus.

2 TEORIA

2.1 Saavutettavuus

Saavutettavuus on yhdenvertaisuuden edistämistä ja verkkopalvelut tulisi olla kaikkien ihmisten käytössä mahdollisimman helposti. Saavutettavuudella viitataan yleensä siihen, että kaikki palvelut, viestintä ja verkkosivut täytyy toteuttaa niin, että jokainen pystyy lukemaan ja ymmärtämään lukemansa ja näkemänsä. Saavutettavuus on yhdenvertaisuuden edistämistä ja verkkosivujen ja palveluiden pitäisi olla kaikkien saatavilla riippumatta ihmisen erilaisuudesta ja toimintakyvystä. Varsinkin sähköisissä palveluissa on huomioitava se, että palvelu on selkeä, ymmärrettävä ja on luettavissa ruudunlukuapuvälineillä. (saavutettavasti [www-sivut](#), n.d.)

Saavutettavuudella ja käytettävyydellä on samankaltaisuuksia ja joskus nämä kaksi sekoitetaan toisiinsa. Käytettävyys tarkastelee sitä, ovatko mallit tehokkaita ja miellyttäviä käyttää. Teoriassa tämä tarkoittaa sitä, että käytettävyyteen kuuluu myös saavutettavuus, koska tuote, johon ei ole pääsyä, on myös vammaiselle käyttökelvoton; käytännössä käytettävyys ei kuitenkaan yleensä kohdistu erityisesti vammaisten käyttökokemukseen. Saavutettavuus puolestaan liittyy siihen, voivatko kaikki käyttäjät saada samanlaisen käyttökokemuksen, vaikka he kohtaavat tuotteen tai palvelun (esimerkiksi apuvälineitä käyttämällä). Toisin kuin käytettävyys, saavutettavuus keskittyy enemmän vammaisiin.

Saavutettavuus ei ole vain oikea asia, vaan siitä on usein hyötyä myös muille käyttäjille. Tämä johtuu siitä, että saavutettavuusvaatimukset, jotka auttavat vammaisia, auttavat usein myös muita ihmisiä. Esimerkiksi videoiden tekstitykset, jotka auttavat kuulovammaisia ihmisiä, auttavat myös henkilöitä, jotka katsovat videota mykistettynä (esimerkiksi sosiaalisen media syötteessä). Tekstin tulisi olla selkeä ja

suurikontrastinen, jotta se auttaa näkövammaisia ihmisiä. (Interaction design foundation [www-sivut](#), n.d.)

2.2 Saavutettava viestintä

Viestinnän saavutettavuudesta puhutaan silloin, kun yleisöä ja käyttäjiä palvellaan yhdenvertaisesti. Esimerkiksi varmistetaan se, että tilat ovat fyysisesti esteettömiä ja media on kaikille saavutettava, kuten uutiset. Uutisia tehdään selkokielellä, viitottuina ja tekstitettyinä. Viestinnän saavutettavuus on myös osin säädetty lailla, kuitenkin palveluntuottajat voivat tuottaa palveluita oman harkinnan mukaan. Esimerkiksi julkiset verkkopalvelut ja tulkin käyttö ovat lailla suojattu. (Hirvonen, Kinnunen & Tiittula, 2020, 13.)

Suomi on kaksikielinen valtio ja Suomen valtion kansalliskielet perustuslain mukaan ovat suomi ja ruotsi. Myös omilla lailla on säädetty, että saamelaiset, viittomakieliset tai tulkkaus- ja käännösapua tarvitsevat saisivat palvelua omalla kielellään. On myös oikeus saada toimituskirjat esimerkiksi tuomionistuimesta suomen tai ruotsin kielellä. Tilastokeskuksen mukaan kotimaisia kieliä puhuvien määrä on vähentynyt jo monena vuonna peräkkäin. Tilastokeskuksen mukaan Suomessa asuu noin 400 000 vieraskielistä. Tämä tilasto on vuodelta 2019. Pohjoismaiden kansalaisilla eli islantia, tanskaa, norjaa, ruotsia ja suomea puhuvalla henkilöllä on oikeus käyttää omaa äidinkieltään toisessa Pohjoismaassa, esimerkiksi tuomioistuimessa ja terveydenhuollossa. Tämä Pohjoismaiden kielisopimus takaa Pohjoismaiden kansalaisille riittävän ja tarpeenmukaisen tulkkaus- ja käännösavun. (Raikas, 2020, 43–44.)

Miten kääntäminen ja tulkkaus näkyy sosiaali- ja terveysalalla? Yhteiskunnan monikielisyys on tuottanut enemmän ja enemmän tarpeita käännös- ja tulkkauspalveluille. Esimerkiksi terveydenhuollon mielenterveyspalveluissa käännös- ja tulkkausapu on tarpeellista, jotta turvapaikanhakijat ja pakolaiset saavat apua mahdollisiin traumoihinsa. Terveydenhuollon ammattihenkilöstössä onkin velvollisuus varmistaa, että potilas ymmärtää palvelun sisällön riittävän hyvin. Ammattihenkilön onkin turvauduttava tulkkaukseen, jos ei puhu potilaan käyttämää kieltä tai ei ymmärrä potilasta

esimerkiksi aisti- tai puhevian takia. Kuitenkaan ei ole ihan itsestään selvää, milloin tulkkipalvelua voidaan käyttää ja ammattihenkilön tulisi osata perustella miksi tarvitsee tulkkausapua. Vammaisten henkilöiden tulkkauspalveluista on erikseen säädetty oma laki. (Raikas, 2020, 45–46.)

Nyky-yhteiskunnassa on myös tärkeää muistaa audiovisuaalinen viestintä eli ohjelmatekstitykset ja kuvailutulkkaukset. Tämä on tärkeä yhteydenpitoväline aistirajoitteisille eli kuulo- ja näkörajoitteisille ihmisille. Tässä yhteydessä audiovisuaalisella viestinnällä tarkoitetaan esimerkiksi elokuvien ja televisio-ohjelmien tekstitystä ja kuvailutulkkausta. Suomessa ohjelmatekstitys on aloitettu vuonna 1983, Teksti-TV:n kautta. Suomessa kuitenkin suurin osa tekstityksistä tehdään edelleen manuaalisesti. Tekstittäjillä onkin ongelmia varsinkin suorien ohjelmien kanssa, kuten uutisten. Vuonna 2020 ohjelmistojen saavutettavuuden käyttö on korostunut kriisiviestinnän takia. Siitä lähtien Yle on tarjonnut esimerkiksi hallituksen tiedotustilaisuudet viitottuna ja tekstitettynä. (Hirvonen & Tiittula, 2020, 73–79.)

2.3 Sosiaalinen media ja saavutettavuus

Saavutettavuusvaatimukset koskevat myös sisältöä, mitä julkaistaan sosiaalisessa mediassa. Eri sosiaalisen median palvelut ovat luoneet omat ohjeistuksensa siihen, miten niihin julkaistuihin postauksista saisi saavutettavampia. Tärkein näistä ohjeistuksista on tekstivastine. Tekstivastine auttaa näkörajoitteisia ja kaikki niitä, jotka käyttävät ruudunlukuohjelmaa. Tekstivastineen avulla he saavat tietää mitä kuvassa on. Tekstivastine on tarkoitettu olevan lyhyt kuvaus, siitä mitä kuvassa on. Silloin, jos tarvitaan laajempi kuvaus niin se on hyvä kirjoittaa julkaisuun. Kuitenkaan kaikki sosiaalisen median alustat eivät tarjoa mahdollisuutta käyttää tekstivastinetta. Videoiden kohdalla olisi hyvä tekstittää videolla kuuluva puhe. Myös kannattaa muistaa tekstittää videolla olevat muut äänet, jos ne ovat merkityksellisiä. Videoista olisi myös hyvä olla saatavilla kuvailutulkattu versio. Kuvailutulkattu versio on erillinen ääniraita, josta kuuluu kaikki mitä videolla tapahtuu. (papunet [www-sivut](#), n.d.)

2.4 Selkokieli

Selkokieli on suunnattu ihmisille, joilla on vaikeuksia ymmärtää tai lukea yleiskieltä. Selkokieltä on suomen kielen muoto, jota on mukautettu yleiskieltä luettavammaksi ja ymmärrettävämmäksi, jonka takia selkokieli on yleiskieltä helpompaa kieltä. Selkokielessä huomioidaan lukijan erityistarpeet ja tekstiä kirjoitetaan ymmärrettävään muotoon käyttämällä tuttuja sanoja ja karsimalla ylimääräistä tietoa tekstistä pois. Näin tekstistä saadaan selkeä ja ymmärrettävä. (selkokeskus [www-sivut](#), 2021)

Selkokeskuksessa on kehitetty selkokielen mittari, jonka avulla selkokielen asiantuntijat ja tutkijat pystyvät arvioimaan eri tekstejä. Selkokielen mittarin tekoon ovat osallistuneet myös Kotimaisen kielen keskus. Tässä kehitystyössä on pystytty hyödyntämään selkokielen tutkimusta ja siinä kertynyttä tietoa ja osaamista. Selkokielen mittarin ensimmäinen versio on julkaistu vuonna 2018. Tähän on saatu uusi versio vuonna 2022. (selkokeskus [www-sivut](#), 2022)

Oli ihmisen kieli mikä tahansa, se on oltava ymmärrettävää ja hyvää. Digitaalisten palveluiden käyttäjiä on koko ajan enemmän ja enemmän. Tämän seurauksena sivustojen käytön voi estää se, että on kielellisiä vaikeuksia ymmärtää. Kielellisillä vaikeuksilla ei kuitenkaan tarkoiteta sitä, että sivustot olisivat tehty eri kielillä, vaan sillä, että ne olisivat saavutettavassa muodossa eli selkokielellä. Suomen saavutettavuuslainsäädännössä selkokielellä on melko epämääräinen asema. Tämän takia ei ole virallisia ohjeistuksia siihen, miten ja missä selkokieltä tulisi käyttää. Selkokieli kuitenkin mainitaan hallituksen lakiesityksissä, mutta sitä ei kuitenkaan mainita edes suosituksena.

On tärkeää saada selkokielen asema vakiinnutettua, jotta saataisiin tuotettua perustietoa tietyistä aihepiireistä ja palveluista. Selkokielen ohjeistusta tulisi päivittää yhdessä yleiskielen kanssa, jotta ohjeistukseen ei jäisi vanhentunutta tietoa. Ohjeistuksen sisältö tulisi tarkastuttaa Selkokeskuksen asiantuntijoilla ja samalla hakea selkotunnusta, jotta selkokielisyyden ohjeistus pysyisi, eikä muuttuisi ajan mittaan vaikeammaksi. Tämä on kuitenkin haastavaa, koska lainsäädäntö ei velvoita käyttämään helppoa ja

saavutettavaa kieltä tietyissä tilanteissa. Jos lainsäädännössä olisi edellytys selkokielen käyttöön verkossa julkaistuihin tietoihin ja palveluihin, voitaisiin digilisaation tavoitteet saavuttaa. (Leskelä 2019, 69–70)

2.5 WCAG-ohjeistus

WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) tavoitteena on varmistaa, että verkkosisältöä voivat käyttää myös vammaiset ja eri tavoin toimintarajoitteiset ihmiset. Kansainvälinen World Wide Web –konsortio on kehittänyt ja ylläpitää tätä ohjeistusta. WCAG on tärkeä ohjeistus saavutettavuudelle, mutta tämäkään ei takaa sitä, että sivustot olisivat kaikille käyttäjille saavutettava. (aluehallintovirasto www-sivut, n.d.)

Tämän ohjeistuksen ensimmäinen versio on julkaistu vuonna 1999 ja ohjeistusta on päivitetty vuosina 2008 ja 2018. Suomessa ja Euroopan Unioni maissa on lainsäädännön mukaan käytettävä vuonna 2018 julkaistua versiota. Ohjeistuksesta on julkaistu uudempikin versio, mutta Suomen laki vaatii käyttämään vähintään vuoden 2018 ohjeistusta.

WCAG ohjaa verkkosivuja tekniseen saavutettavuuteen. Tätä ohjeistusta noudattamalla pystytään varmistamaan se, että esimerkiksi näkövammaisten ruudunlukuohjelmat pystyvät tulkitsemaan sisältöä oikein ja, että ruudunlukuohjelman käyttäjät pystyvät hyödyntämään verkkosivun kaikkia toiminnallisuuksia. Tämä ohjeistus ei kuitenkaan ratkaise kaikki saavutettavuuteen liittyviä haasteita. Ohjeistus on tärkeä ohje-nuora, joka auttaa parantamaan saavutettavuutta, mutta se ei takaa sitä, että verkkosivu olisi täydellinen. (Saavutettavasti www-sivut, 2022)

3 OPINNÄYTETYÖN TUTKIMUSOSA

Opinnäytetyö tehdään empiirisenä tutkimuksena. Empiirinen tutkimus tarkoittaa sitä, että opinnäytetyön aineisto perustuu havaintoihin ja kokemuksiin. Aineistoiksi kelpaa esimerkiksi haastattelut, kirjoitetut tekstiaineistot ja kuvat. (Tietoarkisto Tampereen yliopisto www-sivut, n.d.) Tässä opinnäytetyössä tämä tarkoittaa sitä perehdytään teoriaan ja Palvelukeskus Soteekin sosiaalisen median ohjeistukseen. Näiden perusteella tehdään opinnäytetyö empiirisenä tutkimuksena.

3.1 Opinnäytetyön tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on muokata Palvelukeskus Soteekin sosiaalisen median ohjeistuksia saavutettavuuden näkökulmasta. Sosiaalisen median ohjeistusta tarkastellaan kahdesta näkökulmasta:

1. Sosiaalisen median ohjeistuksen sisällön ja ohjeiden muokkaaminen huomioimaan saavutettavuus suositukset.
2. Sosiaalisen median ohjeistuksen muokkaaminen saavutettavammaksi.

Palvelukeskus Soteekilla on sosiaalisen median ohjeistus. Tätä ohjeistusta ei ole päivitetty vuoden 2019 jälkeen. Joten, tämän opinnäytetyön tavoitteena muokata jo valmiina olevaa sosiaalisen median ohjeistusta huomioimalla sosiaalisen median saavutettavuus määräykset ja ohjeistukset. Ohjeistukseen on tarkoituksena lisätä käytännön vinkkejä siihen, miten sosiaalisen median postauksesta saadaan saavutettava ja yhdenvertainen. Käytännön vinkkejä on tarkoitus antaa kolmelle eri sosiaalisen median alustalle: Instagram, Facebook ja Tiktok. Näillä alustoilla pystyy hyödyntämään samoja ohjeistuksia, mutta kuitenkin hieman eri tavalla. Ohjeistukseen tulee uutena sosiaalisen median alustana Tiktok. Tiktok ei ole ollut kovin kauan käytössä, joten siitä ei ole nykyisessä ohjeistuksessa mitään tietoa.

Opinnäytetyön tuloksena syntyy saavutettavampi sosiaalisen median ohjeistus Palvelukeskus Soteekin käyttöön. (Liite 1)

3.2 Opinnäytetyön menetelmät

Opinnäytetyössä perehdytään valmiina olevaan sosiaalisen median ohjeistukseen. Perehtymällä ohjeistukseen saadaan hyvä kuva siitä, kuinka saavutettava nykyinen ohjeistus on ja mihin jatkossa pitää perehtyä, jotta ohjeistuksesta saataisiin vielä saavutettavampi. Yksi tärkeimmistä asioista mihin täytyy perehtyä, on saavutettavuus direktiivi ja kansallinen lainsäädäntö. Tavoitteena saavutettavuusdirektiivissä on se, että kaikilla olisi mahdollisuus toimia digitaalisessa yhteiskunnassa, digitaalisten palveluiden laadun parantaminen ja, että Euroopan unionissa olisi yhdenvertaiset vaatimukset verkkosivustojen ja mobiilisovellusten saavutettavuudelle. (Valtiovarainministeriö [www-sivut](#), n.d.)

Toinen tärkeä menetelmä on saada päivitettyä tietoa Palvelukeskus Soteesta ja siitä mihin kaikkeen Soteekissa halutaan keskittyä. Tätä tietoa tullaan samaan Palvelukeskus Soteekin sosiaalisen median tiimin opiskelijalta. Näiden yllä olevien toimenpiteiden pohjalta laaditaan päivitetty versio Palvelukeskus Soteekin sosiaalisen median ohjeistuksesta.

3.3 Opinnäytetyön tilaaja

Opinnäytetyö tilaajana toimii Satakunnan Ammattikorkeakoulun Esteettömyyden ja saavutettavuuden kehittämisryhmä / viestinnän saavutettavuus. Opinnäytetyön tuotos tehdään Palvelukeskus Soteekille.

Palvelukeskus Soteekki on Sosiaali- ja terveystieteiden palvelukeskus. Soteekista voi tilata hyvinvointipalveluita eri ikäryhmille, kotiin ja työpaikalle. Esimerkiksi ikääntyneille on saatavilla kamupalvelua, työikäisille tapahtumia ja hyvinvointipäiviä, lapsille

lastenhoitopalvelua tai hyvinvointiaiheisia tapahtumia kouluilla tai päiväkodeissa, PETE- oppimisympäristön eli Pelastusalan ja terveyden huollon yhteismallin hyvinvointiprojekteja tai testaustoimintaa ja Kokeilimon esittelypalvelua esteettömästä ja turvallisesta asumisesta. Soteekista voi ostaa palveluita yksityiset ihmiset, eri yhdistyksen ja yhteisöt. Palveluita muokataan asiakkaan toivomusten mukaisiksi. Soteekki on tarkoitettu sairaanhoitaja-, sosionomi- ja fysioterapeutti opiskelijoille. Opiskelijat suorittavat opintoihinsa liittyvää työharjoittelua ja toteuttavat siellä edelle mainittuja palveluita. Soteekissa voi myös suorittaa harjoittelun liiketalouden tai yrittäjyyden opiskelija. Tämä opiskelija hoitaa opiskelijaesihenkilön tehtäviä. (Satakunnan ammatikorkeakoulu [www-sivut](#), n.d.)

4 OPINNÄYTETYÖN TULOKSET

4.1 Sosiaalisen median ohjeistuksen rakenne

Aloitin tutustumalla Palvelukeskus Soteekin sosiaalisen median ohjeistukseen. Ohjeistus on 12 sivua pitkä ja siihen on tehty päivitys viimeksi 20.3.2019. Ohjeistuksen ollessa kolme vuotta vanha, on siellä vanhentunutta tietoa ja esimerkiksi ohjeistuksessa on esitelty Soteekin kanavina Facebook ja Instagram. Soteekilla on myös käytössä TikTok. Ohjeistukseen on kerätty tietoa Facebookin sekä Instagramin kohderyhmistä, ja siitä millaisia nämä kohderyhmät ovat. Nämä tiedot tarvitsevat päivittämistä, koska Soteekin sosiaalisen median seuraaja määrät ovat nousseet vuodesta 2019.

4.2 Ohjeistuksen saavutettavuus

Ohjeistus on tehty toimivaksi opiskelijoille, jotka tulevat suorittamaan harjoittelua Soteekkiin. Ohjeistuksessa ei kuitenkaan ole otettu huomioon eri opiskelijoiden haasteita esimerkiksi lukivaikeus. Ohjeistukseen on kuitenkin kirjoitettu pitkiä kappaleita, joita voi olla haastavaa sisäistää. Vuonna 2019 tehdyn arvion mukaan Suomessa on 650 000–750 000 ihmistä, jotka tarvitsevat selkokieltä. Selkokielen tarpeelle on erilaisia syitä, kuten ikäihmisten muistisairaudet ja nuorten lukutaidon heikkeneminen. Ketkä sitten tarvitsevat selkokieltä? Selkokieli on tarpeellinen ihmisille, joilla on pysyvä kielellisen tuen tarve, lukivaikeuden lisäksi se voi olla kehitysvamma, kehityksellinen

kielihäiriö ja ADHD. Myös ohjeistus tulisi olla saavutettava Soteekin kansainvälisille opiskelijoille ja viittomakielisille (Selkokeskus [www-sivut](http://www.sivut.fi), 2021).

Soteekin sosiaalisen median ohjeistuksessa on kuitenkin paljon vieläkin ajankohtaista tietoa. Näitä kappaleita täytyy muokata saavutettavammaksi eli täytyy lyhentää lauseiden ja kappaleiden pituuksia. Näin ohjeistuksesta saadaan selkeä ja helposti ymmärrettävä. Tämän jälkeen voi keskittyä tekemään päivitetyt taulukot sosiaalisen median alustoista.

Aloitin Soteekin sosiaalisen median ohjeistuksen saavutettavammaksi muokkauksen jo olemassa olevista kappaleista. Muokkasin lauseita ja kappaleita lyhyemmäksi ja ytimekkäämmäksi. Näin ohjeistuksesta on helpompi saada selkoa. Ohjeistukseen tein heti uuden lisäyksen, johon laitetaan ohjeistusta, miten sosiaalisen median julkaisuista saadaan saavutettavampia ja miten niihin voidaan lisätä esimerkiksi tekstityksiä ja alttekstin.

Tutustuin saavutettavuusdirektiiviin ja siihen mitä ohjeistuksia voisin hyödyntää kirjoittaessani sosiaalisen median ohjeistusta uusiksi. WCAG 2.0 -ohjeistuksen (Web Content Accessibility Guidelines / verkkosisällön saavutettavuusohjeet) mukaan on otettava huomioon periaatteet, ohjeet, onnistumiskriteerit ja riittävät ja neuvoa-antavat tekniikat (w3.org, n.d.). Näiden ohjeistusten avulla pystyy muokkaamaan olemassa olevaa ohjeistusta saavutettavammaksi. Tämän ohjeistuksen mukaan sain tehtyä itse ohjeistuksesta saavutettavamman ja ymmärrettävämmän.

4.3 Sosiaalisen median ohjeistuksen tiedot

Otin yhteyttä Palvelukeskus Soteekin palveluohjaajiin sähköpostilla. Lähetin heille kysymyksiä, joihin tarvitsin vastauksia. Sainkin erittäin kattavan vastauksen Palvelukeskus Soteekin harjoittelua käyvältä opiskelijalta. Tämä opiskelija lähetti tietoa prosessikuvauksesta, julkaisuaikataulusta ja Tiktokin sisällöstä. Muuten vuonna 2019 julkaistu sosiaalisen median ohjeistuksen sisältö on pysynyt samana. Palvelukeskus

Soteekin sosiaalisen median tilit olivat muutettu yritystileiksi loka-marraskuussa, joten tietoa sosiaalisen median tileistä kerättiin kuukauden ajan, sen jälkeen, kun tämä muutos on tehty.

Prosessikuvauksessa kerrottiin kattavasti mitä uudistuksia ja muutoksia siihen on tehty ja mitä on tuloillaan. Sain tietoa sosiaalisen median julkaisujen suunnittelusta ja siitä kuka niistä vastaa, kuka hyväksyy julkaisut, kuka julkaisee julkaisut, miten sosiaalisen median seuranta tapahtuu ja milloin raportoidaan mitä on tehty. Julkaisu aikataulusta sain päivitetyn version, jossa näkyy mihin julkaistaan, milloin julkaistaan ja minkälaista postausta julkaistaan. Lopuksi sain vielä kattavan tiedon siitä, mitä Tiktokkiin Soteekkilaiset julkaisee. Tärkeä huomautus oli siinä, että Tiktokissa täytyy olla tarkka sen suhteen minkälaista musiikkia ja ääniraitoja käyttää, jotta ne ovat oikeanlaisia.

Palvelukeskus Soteekin sosiaalisen median tilien kävijätietoja sain viikolla 50. Tili tietojen saamisessa oli haasteita ja sainkin kävijätiedot kaikista muista sosiaalisen median alustoista paitsi Facebookista. Sain kuitenkin kaikki tarvittavat tiedot myös Facebookin osalta.

Saatuani tarvittavat tiedot, tein osasta tiedoista ympyrädiagrammit, jotta pystyisi selkeämmin saamaan tietoa itse kävijätiedoista ja siitä, kuinka paljon Palvelukeskus Soteekin sosiaalisen median tilejä seurataan ja mistä kaupungista/maasta tilejä seurataan. Tein päätöksen, ympyrädiagrammeja tehdessä, että en lisää sosiaalisen median ohjeistukseen sukupuoli diagrammia siitä, seuraako sosiaalisen median kanavia, kuinka monta naista ja kuinka monta miestä. Koin, että en voi varmaksi tietää onko kaikki seuraajat miehiä vai naisia. Ympyrädiagrammiin pitäisi saada muitakin vastauksia kuin pelkkä mies ja nainen. Ympyrädiagrammi pitäisi olla sukupuolineutraali. Näin ei kuitenkaan ole. Tämän takia en lisännyt tätä ohjeistukseen, vaikka kyseinen tilasto on ollut edellisessä ohjeistuksessa.

Ohjeistuksessa on, myös kerrottu minkälaista sisältöä sosiaalisen median kanavissa julkaistaan. Facebookiin julkaistaan enemmän hyvinvointiin liittyviä julkaisuja, Instagramiin vapaamuotoisempia opiskelijälähtöitä julkaisuja ja Tiktokkiin enemmän videoita itse Soteekin harjoitteluun liittyen. Näin uudet opiskelijat, jotka lukevat

ohjeistusta, saavat tietoa siitä minkälaista sisältöä suunnittelevat ja tekevät eri sosiaalisen median kanaville. (Liite 1)

4.4 Sosiaalisen median ohjeistuksen lisäykset

Aloitin tutustumalla materiaaliin ja ohjevideoihin aiheesta saavutettavuus sosiaalisessa mediassa. Soteekissa tehdään paljon sosiaalisen median julkaisuja, joten on erittäin tärkeää, että opiskelijat tutustuisivat sosiaalisen median saavutettavuuteen ja siihen, miten he voivat itse vaikuttaa saavutettavuuteen. Seuraavaksi kerron mitä ohjeita lisäsin itse sosiaalisen median ohjeistukseen.

Alt-teksti eli vaihtoehtoinen kuvaus, vaihtoehtoinen teksti, tekstivastine. Alt-teksti kertoo julkaisussa olevan kuvan sisällön ihmiselle, joka käyttää ruudunlukulaitetta. Näin näkövammaisen näkee kuvan, jonka muut ihmiset näkevät omin silmin. Esimerkiksi Facebook tuottaa alt-tekstin automaattisesti, mutta automaattisesti tuotettu alt-teksti ei aina ole onnistunut, joten kannattaa alt-teksti tehdä itse. Minkälainen on hyvä alt-teksti? Tärkein on se, että alt-teksti edes kirjoitetaan. Hyvä alt-teksti kertoo kaiken olennaisen, mutta kuitenkin ei kerrota asioita, jotka eivät ole kuvan tulkinnan tai merkityksen kannalta tärkeitä. Esimerkiksi kaavio kannattaa avata sanallisesti, jotta näkövammaiset ne ymmärtävät myös. Kannattaa myös käyttää alt-tekstissä avainsanoja, jotta hakukoneet löytävät kuvan niiden avulla. (näkövammaisten liitto www-sivut, 2019)

Muuten itse sosiaalisen median ohjeistukseen ei tullut lisäyksiä minulta. Sosiaalisen median ohjeistukseen päivitettiin tarvittavat tiedot, jotta ohjeistus saataisiin ajantasalle ja siellä olisi tällä hetkellä Soteekin opiskelijoille tarpeellista ja avuliasta tietoa. (Liite 1)

4.4.1 Lisätyt ohjeistukset

Tein erilliset kuvat alt-tekstin ohjeistuksista. Facebookiin ja Instagramiin löytyi hyvin tietoa siitä, miten alt-tekstin lisääminen onnistuu ja miten se kannattaa tehdä. Tiktokiin ei löydy yksiselitteistä ohjeistusta, tein Tiktokille oman ohjeistuksen löytämäni tiedon perusteella.

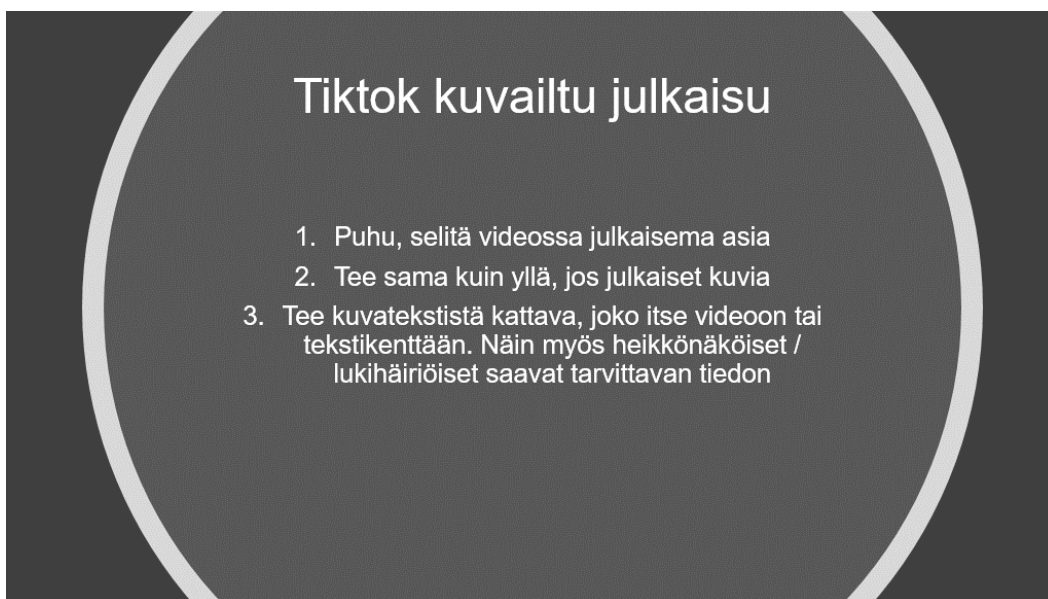
Facebookiin on näistä kolmesta sosiaalisen median alustasta kaikista parhaiten ajan tasalla siitä, miten alt-tekstiä pystyy hyödyntämään alustalla. Facebookin tukena on tietysti se, että julkaisut ovat paljolti kuvia tai pelkästään kirjoitusta, vaikkakin videoita Facebookista löytyy myös. Alla olevat ohjeistukset olen itse tehnyt ja lähteenä käytetty lähde löytyy jokaisen kuvan alta.



(saavutettavasti www-sivut, n.d.)



(saavutettavasti [www-sivut](#), n.d.)



(saavutettavasti [www-sivut](#), n.d.)

Muu kuvailu

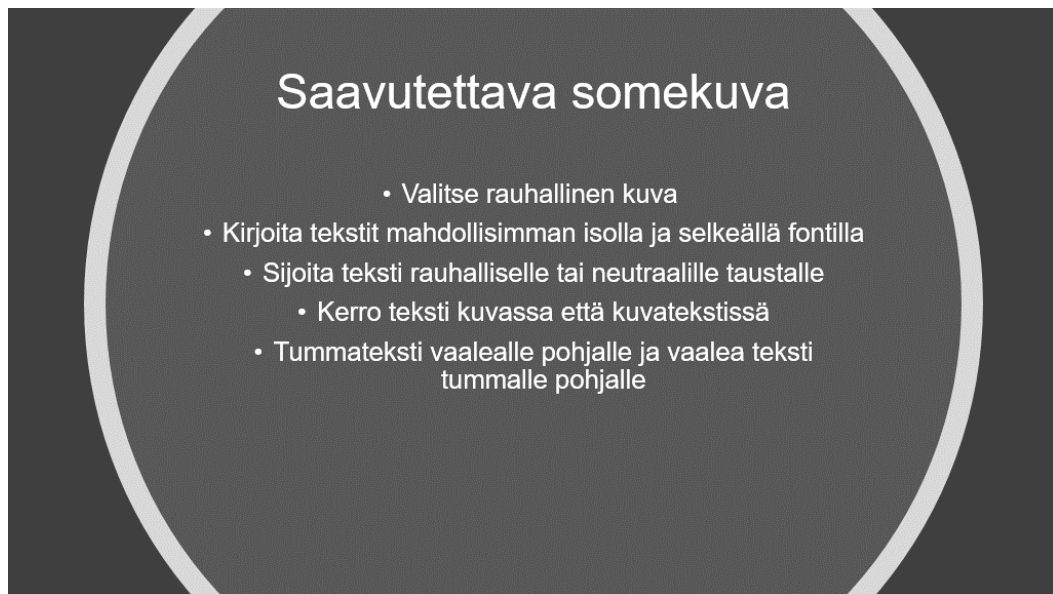
- Kerro kuvasta myös kuvatekstissä. -> sama teksti mikä kirjoitetaan julkaisuun
- Kerro olennaisin tieto, varsinkin silloin, kun informaatio on tärkeä. Esimerkiksi numeraalinen tieto
 - Alt-teksti ei aina kerro kaikkea. Heikkonäköiset hyötyvät kuvatekstistä, jos kuva ei ole selkeä tai siinä on liian pientä tekstiä

(Näkövammaisten liitto www-sivut, 2019)

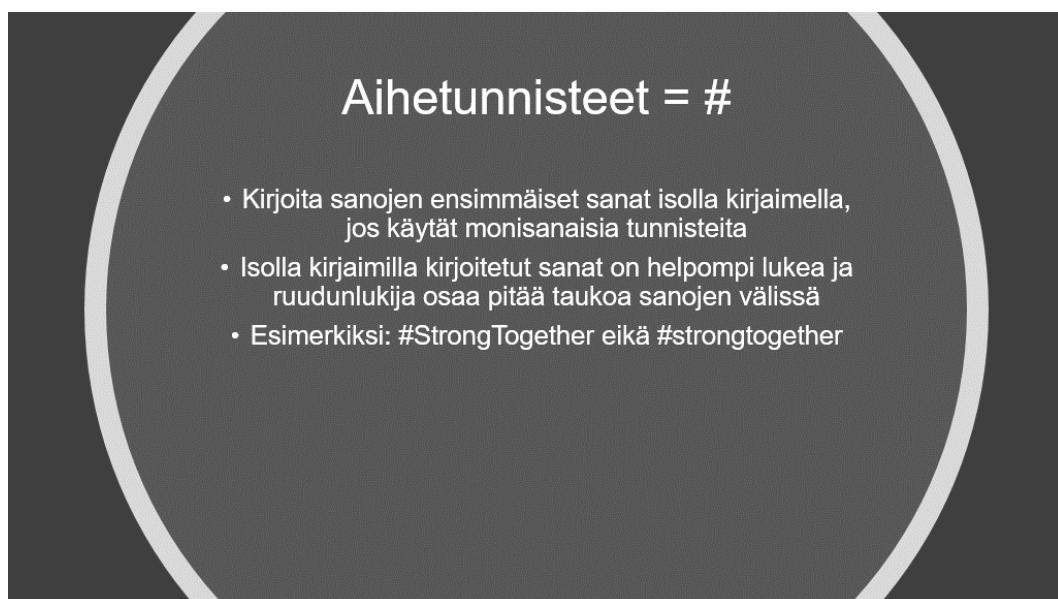
Hyvä alt-teksti

- Neutraali ja kuvaileva teksti
- Ei käytetä adjektiiveja, esimerkiksi "upea" tai "pelottava". Kerro mieluummin, että kuvassa oleva henkilö hymyilee tai irvistää
- Käytä samanlaista kieltä, mitä käyttäisit myös kuvatekstissä
 - Jos olet kertonut kaiken tarvittavan kuvatekstissä, ei välttämättä tarvitse tehdä alt-tekstiä.
- Muista, että alt-tekstiä ei tarvitse aloittaa sanoilla "kuvassa on" ja, että alt-tekstin loppuun laitetaan aina piste, jotta ruudunlukija saa hengähtää pisteen kohdalla.

(Näkövammaisten liitto www-sivut, 2019)



(näkövammaisten liitto www-sivut, 2019)



(näkövammaisten liitto www-sivut, 2019)

Koin, että on tärkeää, myös kertoa minkälainen teksti on hyvää ja mihin asioihin kannattaa kiinnittää huomiota. Näin opiskelijat osaavat kiinnittää huomiota ulkoasuun ja siihen, minkälaisia kuvia kannattaa käyttää. Koen myös tarpeelliseksi nämä yllä olevat lisäykset siksi, että opiskelijat kiinnittäisivät huomiota siihen, miten julkaisuista saisi saavutettavia ihan jokaiselle eikä pelkästään tietyille ihmisille. On myös hyvä miettiä sitä, että kaikki eivät ymmärrä sosiaalisen median julkaisuja samalla tavalla kuin itse,

joten on hyvä ymmärtää muitakin näkökulmia. Näin osaat myös tulevaisuudessa ottaa huomioon omia asiakkaitakin. (Liite 1)

4.5 Sosiaalisen median ohjeistuksen kokonaisuus

Edellisen sosiaalisen median ohjeistuksen kokonaisuus oli hyvä. Tarvittavat tiedot olivat selkeässä ja oikeassa rakenteessa. Kokonaisuuden täydentäminen oli tärkeä vaihe, jotta ohjeistuksesta tulisi entistä selkeämpi. Aloitin kokonaisuuden kannalta ohjeistuksen rakentamisen aihe kerrallaan. Tämä auttoi hahmottamaan sitä, mitä aiheesta kannattaa kirjoittaa ja mitä kannattaa jättää pois.

Kokonaisuuden kannalta koin tärkeäksi, että ohjeistuksen alussa olisi teoriaa Soteekin sosiaalisen median tavoitteista, kohderyhmästä ja minkälaisia sosiaalisen median kanavia on käytössä. Sitten ohjeistuksessa kerrotaan mitä ja miten eri julkaisuja sosiaalisen median kanaville tehdään. Kuka niitä tekee ja minkälaisista aiheista julkaisuja kannattaisi tehdä. Ohjeistuksen viimeisiä kohtia on julkaisuaikataulu, miten julkaisuja ja sosiaalista mediaa voi analysoida ja kehittää, ohjeistuksia sosiaalisen median julkaisuihin ja viimeisenä sosiaalisen median julkaisujen prosessikuvaus.

Kokonaisuudesta valmistuttuaan tuli hyvä ja selkeä. Sain tehtyä siihen tarvittavia muutoksia ja lisäyksiä. Oli myös hyvä, että Palvelukeskus Soteekin harjoittelija kertoi uusia tietoja Soteekin some-tiimistä ja siitä, minkälaisia tietoja hän ja muut opiskelijat toivoivat, että julkaisuun kirjoitettaisiin. Näin ollen ohjeistukseen saatiin myös itse opiskelijoiden mielipidettä, että kirjoittajan näkemystä. (Liite 1)

5 POHDINTA

5.1 Opinnäytetyön aiheen valinta

Opinnäytetyön suunnitelmana oli käyttää Facebook sivustoa empiirisen tutkimuksen alustana ja julkaista erilaisia julkaisuja Satakunnan Ammattikorkeakoulun esteettömyys ja saavutettavuuden kehittämisryhmän omalla sivustolla. Tavoitteena oli hyödyntää sivuston alustaa ja tehdä erilaisia kyselyitä sosiaalisen median saavutettavuuteen liittyen. Kyseistä sivustoa ei ole päivitetty vuoden 2019 jälkeen, joten ajatuksena oli aktivoida sivustoa käyttöön ja muistuttaa ihmisiä sivuston olemassaolosta. Olin innostunut tekemään opinnäytetyöni saavutettavuudesta ja koin, että olisi hienoa hyödyntää sosiaalisen median alustaa ja saada tietoa saavutettavuudesta suoraan kehittämisryhmän omalta Facebook sivustolta.

Opinnäytetyön teoriaosuutta aloittaessa, opinnäytetyö alkoi muovautua erilaiseen toteutus tapaan. Tein samaan aikaan harjoittelua Palvelukeskus Soteekissa ja sitä kautta tuli esille, että Soteekin sosiaalisen median ohjeistusta ei ole päivitetty pitkään aikaan. Mietin tätä mahdollisuutta vähän aikaan ja sitä, että haluanko vaihtaa opinnäytetyön aiheita. Tämä ohjeistuksen päivittäminen ja saavuttavammaksi tekeminen ei kuitenkaan muuttanut alkuperäistä opinnäytetyön aiheita kovinkaan radikaalisti. Koin kuitenkin sosiaalisen median ohjeistuksen päivittämisen mielenkiintoisena suuntana ja saisin itsekin uutta tietoa siitä mitä sosiaalisen median saavutettavuus oikeasti tarkoittaa. Soteekin palveluohjaajat hyväksyivät sen, että muokkaisin sosiaalisen median ohjeistusta osana opinnäytetyötäni ja siitä opinnäytetyö alkoi muuttamaan muotoaan.

5.2 Opinnäytetyön tärkeimmät tulokset

Sosiaalisen median ohjeistuksen päivittämisen tavoitteena oli tehdä saavutettavampi ohjeistus. Koin, erittäin tärkeäksi sen, että sosiaalisesta mediasta tehtäisiin saavutettavampi myös henkilöille, joilla on erityisen tuen tarpeita, kuten näkövammaiset, jotka käyttävät lukulaitteita. Tähän näkökulmaan vaikuttaa myös vahvasti se, että itselle on, juuri tämä asiakasryhmä on tärkeä. Kovin moni ei kuitenkaan osaa ottaa huomioon saavutettavuutta ja sitä, että sosiaalisesta mediasta on helppo saada pienilläkin askeleilla saavutettavampi myös ihmisille, joilla on rajoitteita. Koenkin, että tehdyillä lisäyksilläni juuri alt-tekstiin liittyen, Soteekin on mahdollista saada omia julkaisujansa myös laajemmalle asiakas- ja opiskelijakunnalle. (Liite 1)

5.3 Oma ammatillinen kasvu ja kehittyminen

Sosiaalisen median ohjeistuksen kirjoittaminen ja muokkaaminen onnistui melko sujuvasti. Perehdyttäessä teoriaosuuteen sain paljon vinkkejä siitä, minkälaista sisältöä itse ohjeistukseen kannattaa laittaa. Itse opinnäytetyön kirjoittaminen eteni mukavasti. Koin itse paremmaksi tehdä pikkuhiljaa, osa kerralla, jotta ei olisi liian suurta työmäärää kerralla. Tämä tapa oli tavallaan hyvä, mutta se venytti myös opinnäytetyön valmiiksi saamista. Kaikista järkevintä olisi ollut aikataulun tekeminen ja siinä pysyminen. Näin olisi pysynyt kaikki hallinnassa ja opinnäytetyö olisi valmistunut aikaisemmin.

Tärkeimpiä havaintoja mitä tein opinnäytetyötä tehdessä oli se, että kovin moni ei oikeasti tiedä sosiaalisen median saavutettavuudesta kovinkaan paljoa. Tämä tulee esille hyvin myös ihan selatessa esimerkiksi Instagramia. Monet ihmiset seuraavat julkisuuden henkilöitä, mutta eivät välttämättä osaa kiinnittää huomiota siihen, että heidänkään julkaisunsa eivät välttämättä ole saavutettavia. Myös näin jälkeenpäin mietin, että olisi voinut sosiaalisen median ohjeistukseen tehdä konkreettisia esimerkkejä siitä minkälainen on saavutettava postaus ja mikä ei ole. Tähän olisi voinut käyttää esimerkkinä julkisuuden henkilöiden julkaisuja. Mitä itse ohjeistukseen tulee, sitä kannattaisi päivittää useammin kuin neljän vuoden välein. Esimerkiksi Palvelukeskus Soteekin

sometiimi voisi ohjeistusta päivittää kerran vuodessa, jotta siinä olisi uusille opiskelijoille päivitettyä tietoa. Tai Soteekissa harjoittelua tekevä sometiimiläinen voisi jatkossa muokata sosiaalisen median ohjeistusta itse käytäntöön eli miten ohjeistusta tulisi käyttää ja minkälaisia lisäyksiä siihen kannattaisi jatkossa tehdä. Näin siihen saataisiin itse soteekkilaisten omaa kädenjälkeä enemmän.

Opinnäytetyötä kirjoittaessa ja tietoa hankkiessa oli muutamia haasteita. Itse opinnäytetyön aikataulu venyi muutamalla kuukaudella, kun oli muita harjoitteluita ja opintoja samaan aikaan kesken. Tämän olisi tietenkin saanut hallintaan edellisessä kappaleessa mainitulla aikatauluttamisella. Toinen haaste oli saada sosiaalisen median ohjeistukseen muutamia tietoja esimerkiksi sosiaalisen median kanavien kävijätietoja. Laittelin tiedoista vain sähköpostia ja näin jälkikäteen ajateltuna olisi voinut järjestää tapaamisen tai kaksi sosiaalisen median ohjeistuksesta. Näin olisi saanut tiedot helpommin ja nopeammin. Kuitenkin sain ohjeistukseen kaikki tarvittavat tiedot ja opinnäytetyö tuli valmiiksi.

LÄHTEET

Aluehallintovirasto, n.d. Tietoa WCAG-ohjeistuksesta. Viitattu 4.10.2022.
<https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/digipalvelulain-vaatimukset/tietoa-wcag-kriteereista/>

Tietoarkisto Tampereen yliopisto, n.d. Aineiston tuottaminen. Viitattu 23.1.2023.
<https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/laadullisen-tutkimuksen-prosessi/aineiston-tuottaminen/>

Hirvonen, M, Kinnunen, T & Tiittula, L. 2020. Viestinnän saavutettavuuden lähtökoh-
tia. Hirvonen, M & Kinnunen, T. Saavutettava viestintä, Yhteiskunnallista yhdenver-
taisuutta edistämässä. Gaudeamus.

Hirvonen, M & Tiittula, L. 2020. Näetkö saman minkä minä kuulen? Audiovisuaalisen
viestinnän saavutettavuus ohjelmatekstityksen ja kuvailutulkkauksen avulla. Hirvo-
nen, M & Kinnunen, T. Saavutettava viestintä, Yhteiskunnallista yhdenvertaisuutta
edistämässä. Gaudeamus.

Interaction Design Foundation, n.d. Accessibility. Viitattu 8.10.2022.
<https://www.interaction-design.org/literature/topics/accessibility>

Leskelä, L. 2019. Selkokieli Saavutettavan kielen opas. Turenki: Hansaprint Oy.

Näkövammaisten liitto, 24.09.2019. Saavutettavuus sosiaalisessa mediassa. Viitattu
8.1.2023.
<https://www.nkl.fi/fi/saavutettavuus-sosiaalisessa-mediassa>

Papunet, n.d. Sosiaalisen median saavutettavuus. Viitattu 8.10.2022.
<https://papunet.net/saavutettavuus/sosiaalisen-median-saavutettavuus>

Raikas, T. 2020. Puheenvuoro: kääntäminen ja tulkkaus monikielisessä yhteiskun-
nassa yhdenvertaisuuden näkökulmasta. Hirvonen, M & Kinnunen, T. Saavutettava
viestintä, Yhteiskunnallista yhdenvertaisuutta edistämässä. Gaudeamus.

Saavutettavasti.fi, n.d. Verkkosisältöjen saavutettavuus, Viitattu 4.10.2022.
<https://www.saavutettavasti.fi/verkkosisaltojen-saavutettavuus/>

Saavutettavasti.fi, päivitetty 10.2.2022. Verkkosisältöjen saavutettavuus, WCAG. Vii-
tattu 4.10.2022.
<https://www.saavutettavasti.fi/verkkosisaltojen-saavutettavuus/wcag/>

Saavutettavasti.fi, n.d. Saavutettavuus sosiaalisessa mediassa. Viitattu 8.1.2023.
<https://www.saavutettavasti.fi/verkkosisaltojen-saavutettavuus/saavutettavuus-sosiaalisessa-mediassa/#extra-content-2>

Samk.fi, n.d. Hyvinvointipalvelut – Soteekki. Viitattu 8.11.2022.
<https://www.samk.fi/tyoelama-ja-tutkimus/loyda-tekija/hyvinvointipalvelut-soteekki/>

Selkokeskus.fi, 27.7.2021. Selkokielen määritelmä. Viitattu 8.10.2022.
<https://selkokeskus.fi/selkokieli/selkokielen-maaritelma/>

Selkokeskus.fi, 27.4.2022. Selkokielen mittari. Viitattu 8.10.2022.
<https://selkokeskus.fi/selkokieli/selkokielen-mittari/>

Selkokeskus.fi, n.d. 25.8.2021. Selkokielen tarve. Viitattu 20.10.2022.
<https://selkokeskus.fi/selkokieli/selkokielen-tarve/>

Uski, J, 2022, Digilisaatio ja sosiaaliala. Viitattu 4.10.2022.
<https://sosdigi.weebly.com/blogi/category/saavutettavuus>

Valtionvarainministeriö, vm.fi, Saavutettavuusdirektiivi. Viitattu 15.11.2022.
<https://vm.fi/saavutettavuusdirektiivi>

W3.org. 11.12.2008. Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0. Viitattu 23.11.2022.
<https://www.w3.org/TR/2008/REC-WCAG20-20081211/>



Palvelukeskus Soteekin

Sosiaalisen median ohjeistus

SISÄLLYS

1	MIKSI? (TAVOITTEET, HYÖDYT).....	31
2	KENELLE? (KOHDERYHMÄT)	31
3	MISSÄ? (KANAVAT).....	32
3.1	Facebook.....	32
3.2	Instagram	33
3.3	TikTok	34
4	MITÄ? (SISÄLLÖT, JULKAISUT, JAOT)	34
4.1	Facebook.....	35
4.2	Instagram	36
4.3	TikTok	36
5	KUKA? (TEKIJÄT, YLLÄPITÄJÄT, SEURANTA)	37
6	KOSKA? (JULKAISUAIKATAULU)	38
7	ANALYSOI JA KEHITÄ	38
8	OHJEISTUKSIA SOSIAALISEN MEDIAN POSTAUKSIIN	39
8.1	Facebook.....	41
8.2	Instagram	42
8.3	TikTok	42
9	PROSESSIKUVAUS	43
9.1	Suunnittelu.....	43
9.2	Hyväksyminen.....	43
9.3	Julkaiseminen	43
9.4	Seuranta	43
9.5	Raportointi	43
	LÄHTEET	45

1 MIKSI? (TAVOITTEET, HYÖDYT)

Soteekin sosiaalisen median tavoitteena on toimia opiskelijoiden työvälineenä harjoittelun aikana. Tavoitteena on saada lisää näkyvyyttä palvelukeskukselle ja sen palveluille sekä jakaa tietoa sosiaali- ja terveysalaan liittyvistä aiheista.

Työvälineenä ohjeistusta käytetään edistämään opiskelijoiden yrittäjämäistä työtotetta. Opiskelijat ymmärtävät tätä kautta digitaalisen markkinoinnin tärkeyden.

Ideana on uusien asiakkaiden tavoittaminen sekä tietoisuuden levittäminen palvelukeskuksen toiminnasta. Sosiaalisella medialla tavoitellaan opiskelijoita. Soteekin sosiaalinen media on ensikosketus harjoitteluun tuleville opiskelijoille.

Tämän uudistetun ohjeistuksen lähdeviitteenä on käytetty Palvelukeskus Soteekin sosiaalisen median ohjeistusta vuodelta 2019.

2 KENELLE? (KOHDERYHMÄT)

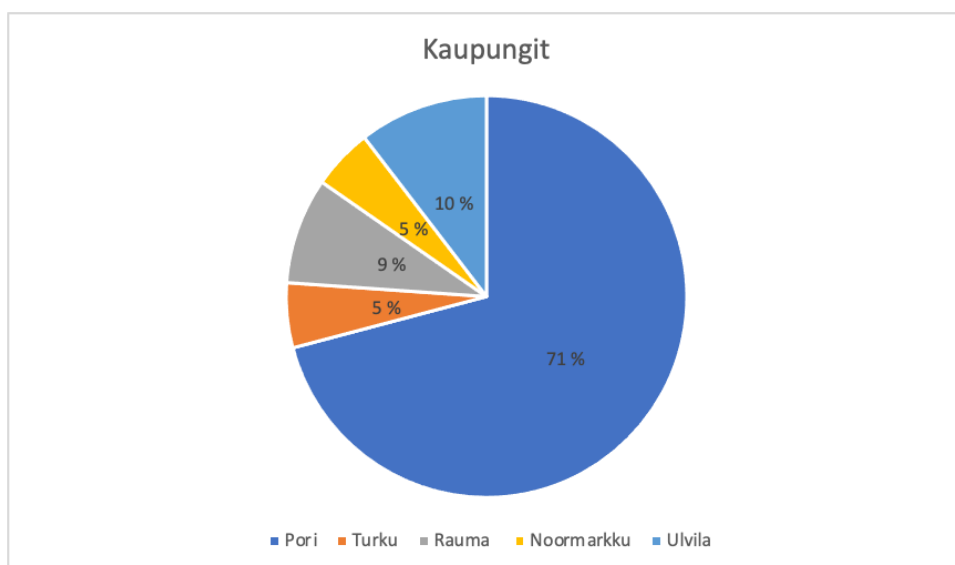
Kohderyhmänä Soteekin sosiaalisen median kanavilla ovat uudet, nykyiset kuin vanhat opiskelijat, SAMKIn henkilökunta sekä asiakkaat. Kohderyhmän on helppo seurata Soteekin toimintaa näiden kanavien kautta.

3 MISSÄ? (KANAVAT)

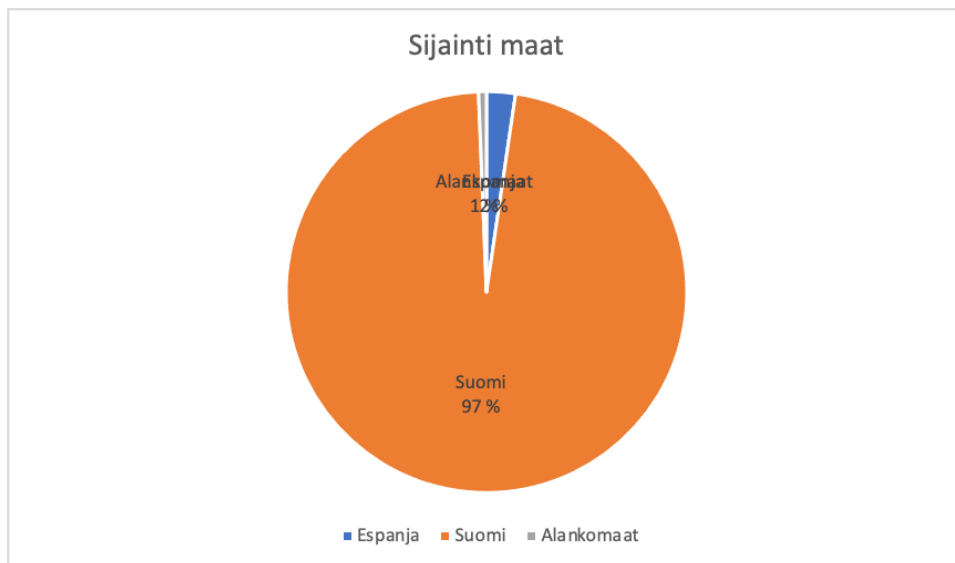
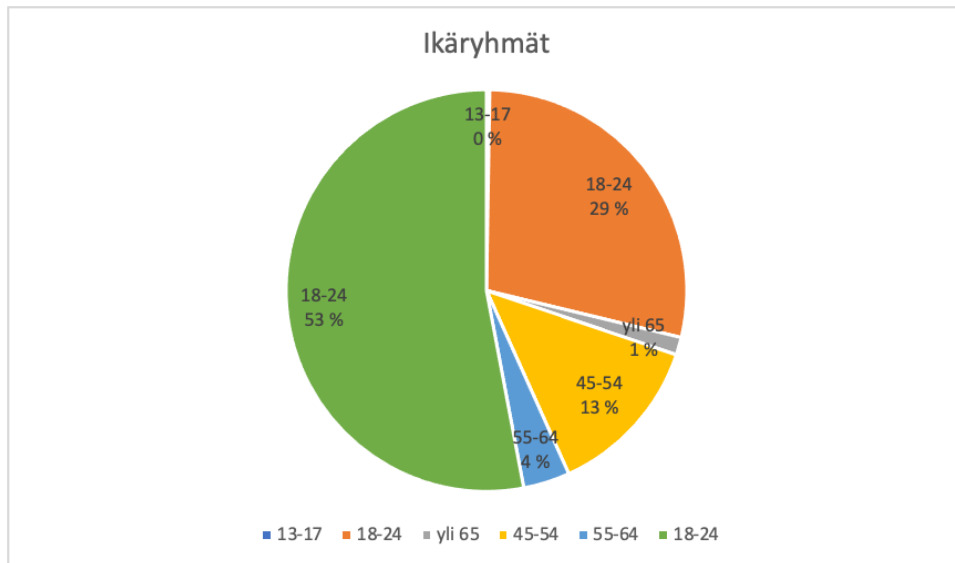
Soteekki käyttää sosiaalisen median kanavina Facebookia, Instagramia sekä TikTokia. Suosituissa sekä helppokäyttöisissä kanavissa viettävät aikaa kaikkien kohderyhmien jäsenet. Seuraavaksi käydään läpi, millaisia kohderyhmiä eri sosiaalisen median kanavat ovat tavoittaneet. (tiedot kerätty joulukuussa 2022). Jokaisella sosiaalisen median alustalla on eri tavat ilmoittaa kävijätiedot, joten samankaltaisuutta ja samoja tietoja ei ole.

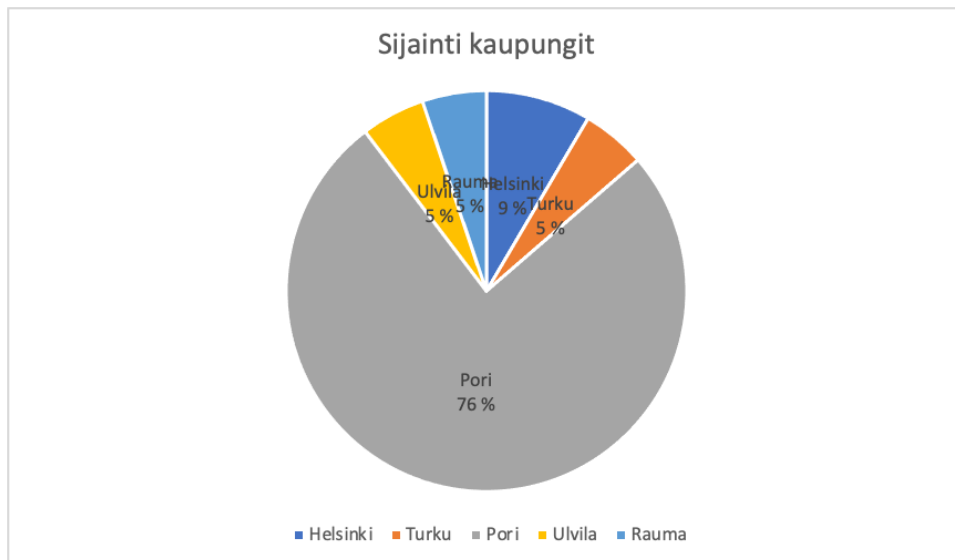
3.1 Facebook

Seuraajat: 542



3.2 Instagram





3.3 TikTok

(tiedot kerätty ajalta 17.11.2022-14.12.2022)

- Seuraajat: 95
- Videoiden katselukerrat: 9 916
- Profiilin näyttökerrat: 487
- Tykkäykset: 268

4 MITÄ? (SISÄLLÖT, JULKAISUT, JAOT)

Julkaisut tehdään sosiaalisen median kanaviin suomeksi ja englanniksi. Tekstit viiva- tai pallorivillä erottaen, näin julkaisusta saadaan kansainvälisiä. Muista myös asiallinen kirjoitusasu. Pysytään yhdenmukaisina ja puhutaan ”soteekkilaisista” kun puhutaan opiskelijoista sekä ”me täältä Soteekista toivotamme...” yms.

Hienovarainen Soteekin palveluiden mainostaminen julkaisuissa sallittua.

Julkaisuilla voidaan myös aktivoida seuraajia erilaisilla kysymyksillä tai kyselyillä.

Sosiaalisen median kanavilla EI seurata opiskelijoita.

Jos julkaisuissa käytetään kuvia, täytyy kuvan käyttöön pyytää kirjallinen lupa kaikilta kuvassa olevilta. Erilaisia, ilmaisia kuvapankkisivustoja, joita voidaan myös käyttää julkaisuissa, löytyy seuraavilta sivuilta:

- <https://pixabay.com/fi/>
- <https://www.pexels.com/>
- <https://unsplash.com/>

Voit myös hakea rojaltivapaita, ilmaiseksi käytettäviä kuvia Googlen kuvahaun työkalujen avulla.

Julkaisuja erilaisista teemapäivistä voidaan tehdä molempiin kanaviin näiden omien ohjeistuksien mukaisesti. Teemapäiviä löytyy esimerkiksi seuraavilta sivuilta:

- <https://www.ts.fi/uutiset/kotimaa/230368/Vuoden+teemapaiivat>
- <http://www.webcal.fi/fi-FI/popup.php?content=eventlist&cid=3>

4.1 Facebook

Hyvinvointiin liittyviä, faktatietoon perustuvia julkaisuja esimerkiksi liikunnasta, ruuasta sekä sosiaalisesta tai psyykkisestä hyvinvoinnista. Julkaisut voivat myös liittyä ajankohtaisiin asioihin sekä uutisiin. Faktatieto todennetaan lisäämällä lähdelinkit julkaisuihin, lähdekriittisyys on kuitenkin hyvä muistaa, ei artikkelin kirjoittajan vaan sen julkaisijan kannalta. Artikkelit sekä haastateltava itsessään voivat olla todenmukaisia sekä päteviä, mutta seuraajat kiinnittävät huomiota myös sen julkaisualustana toimivaan sivustoon. Esimerkiksi artikkeli työ hyvinvoinnista Seiska.fi:n julkaisemana ei tunnu yhtä vakuuttavalta, kun, taas sama artikkeli Tehyn julkaisemana.

4.2 Instagram

- Vapaamuotoisempia, opiskelijalähtöisiä julkaisuja. Julkaisuista pyritään luomaan mielenkiintoisia erilaisten kuvien sekä emojiiden avulla.
- Suodattimien käyttö julkaisuissa on sallittua, riippuen kuvan valotuksesta. Tavoitteena luoda tilin ilmeestä tällä tavalla yhtenäisempi.
- Julkaisuissa käytetään aina seuraavia hashtageja:
 - - #soteekki
 - - #samk
 - - #student
 - - #studentlife
 - - #opiskelija
 - - #strongtogether
 - - #mysamk
 - - #satakunta
 - - #pori
 - Samoja hashtageja voidaan käyttää myös Facebook-julkaisuissa.

4.3 TikTok

TikTok on uusi some-kanava Soteekilla. Sisällön tavoite on tavoittaa SAMK’issa opiskelevia ihmisiä, sekä Soteekin harjoittelussa jo olleita. Sisällön tulisi innostaa/muistuttaa Soteekin harjoittelu ajoista mm. ryhmähengestä, mahdollisuuksista, tapahtumista tms. Videoiden tulisi olla hauskoja ja viihdyttäviä, joita ymmärtää ilma Soteekissa käymistä. Harkitusti sisällössä voi olla sisäpiiri vitsejä Soteekista, mutta näiden kanssa pitää olla tarkkana. Videot voivat olla myös tutustumista Soteekin arkeen ja vinkkejä. Tärkeää on osata perustella videoiden sisältöjen valinnat.

Musiikki on myös iso osa Tiktokin maailmaa. Julkaisuissa olevien lyriikoiden tulee olla soveliaita. Huumori on sallittua, mutta ei saa karata kauas asiallisesta. On myös tärkeää perehtyä ääniraidan alkuperään, onko audion takana esimerkiksi jokin

poliittinen mielipide tai kokonaisuudessaan audion tarkoitus on muu, kuin valittu lyhyt kohta musiikista. Näin ollen musiikki valinnat on osattava perustella.

5 KUKA? (TEKIJÄT, YLLÄPITÄJÄT, SEURANTA)

Soteekin sosiaalista mediaa ylläpitää joka työharjoittelujaksolta valittu some-tiimi. Some-tiimi suunnittelee sekä toteuttaa erilaista sisältöä niin Facebookiin kuin Instagramiin koko työharjoittelujaksonsa aikana. Some-tiimille nimetään myös opiskelijaesihenkilöistä yksi vastaava, joka auttaa some-tiimiä esimerkiksi suunnittelussa. Opiskelijaesihenkilön tehtävänä on tarkistaa julkaisun kieliasu, lähdelinkin oikeellisuus, kuvien ja videoiden sanoma sekä kokonaisuuden ymmärrettävyys. Jos opiskelijaesihenkilö on epävarma julkaisun sisällöstä, konsultoi tämä palveluohjaajia asiasta. Julkaisut hyväksytetään aina palveluohjaajilla.

Some-tiimin tehtäviin kuuluu myös molempien some-tilien kommentteihin sekä viesteihin vastaaminen 24 tunnin kuluessa viestin saapumisesta. Opiskelijaesihenkilön tehtävänä on pitää silmällä molempien kanavien viestiliikennettä, mutta vastaukset mietitään tiimin kesken, sekä tarvittaessa konsultoidaan palveluohjaajia tai SAMKin viestintää. Vastauksissa asiakaslähtöinen, asiallinen, ystävällinen sekä ymmärtäväinen kirjoitusasu, niin negatiivisiin kuin positiivisiin kommentteihin vastatessa.

6 KOSKA? (JULKAISUAIKATAULU)

Julkaisuaikataulua noudatetaan ensisijaisesti, mutta mahdolliset merkkipäivät saattavat muuttaa aikataulutusta.

<i>SOME</i>	MA	TI	KE	TO	PE	LA	SU
<i>Facebook</i>		IG-x					
<i>Instagram</i>		X	S	X			
<i>TikTok</i>					X		

X:Postaus, IG-x: Jaetaan IG postaus, S: Tarina-päivityksiä

7 ANALYSOI JA KEHITÄ

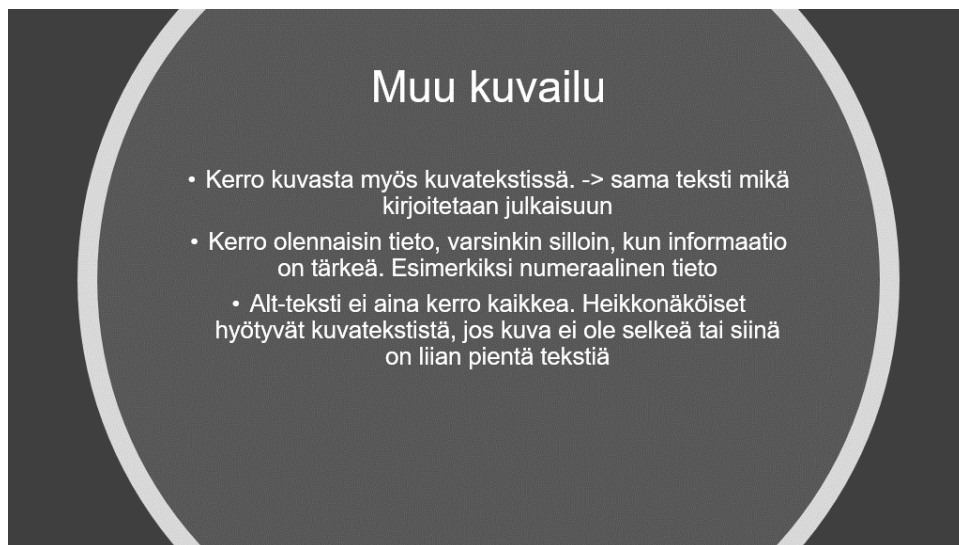
Analysointia sekä kehittämistä varten some-tiimi kerää omista tekemistään julkaisuista kävijätietoja. Kävijätiedot lisätään Sosiaalisen median analysointi –tiedostoon (löytyy SharePoint-kansiosta), jonka avulla voidaan vertailla eri some-tiimien julkaisujen näkyvyyttä ja suosiota. Näiden tietojen avulla voidaan myös vertailla julkaisujen aiheiden kiinnostusta keskenään; mitkä aiset kiinnostavat seuraajia, ja miten jatkossa näitä tietoja voidaan käyttää hyväksi julkaisujen tekemisessä.

Analysointiin liittyen some-tiimi pitää harjoittelujaksonsa viimeisessä viikkopalaverissa raportointiosion, jossa esitellään Sosiaalisen median analysointi -tiedostoon kerätyt tulokset. Samalla he kertovat hieman tehtävistään sekä siitä, miten tehtävät auttoivat heitä ymmärtämään sosiaalista mediaa.

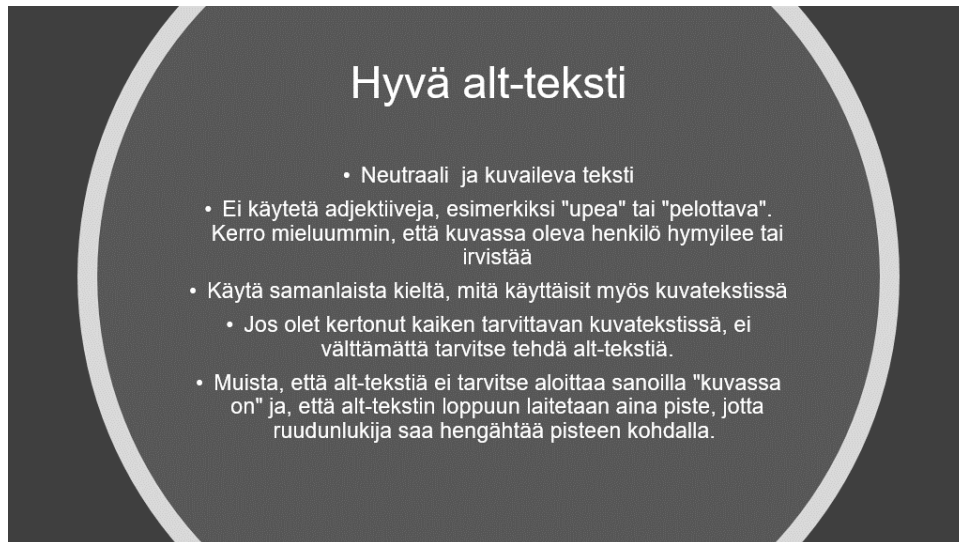
8 OHJEISTUKSIA SOSIAALISEN MEDIAN POSTAUKSIIN

Alt-teksti eli vaihtoehtoinen kuvaus, vaihtoehtoinen teksti, tekstivastine. Alt-teksti kertoo julkaisussa olevan kuvan sisällön ihmiselle, joka käyttää ruudunlukulaitetta. Näin näkövammainen näkee kuvan, jonka muut ihmiset näkevät omin silmin. Esimerkiksi Facebook tuottaa alt-tekstin automaattisesti, mutta automaattisesti tuotettu alt-teksti ei aina ole onnistunut, joten kannattaa alt-teksti tehdä itse.

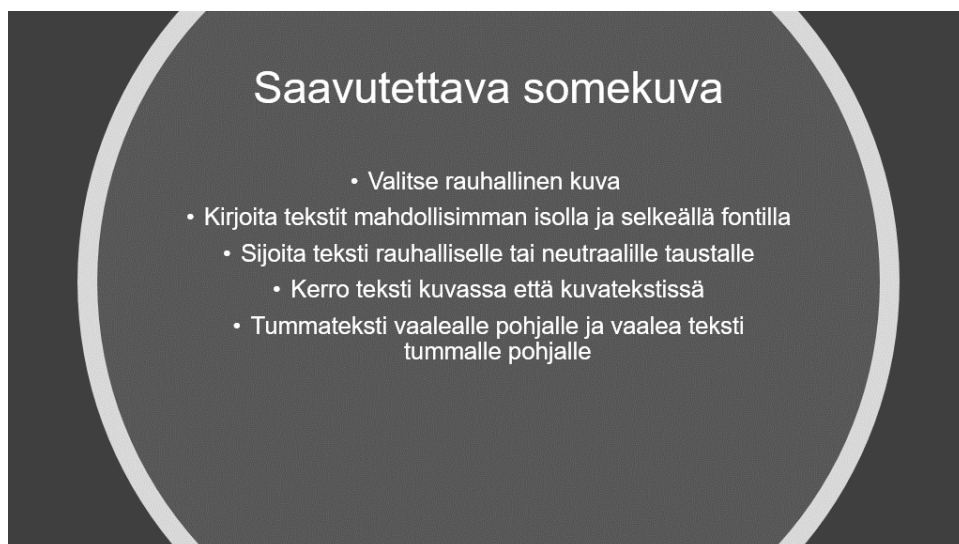
Minkälainen on hyvä alt-teksti? Tärkein on se, että alt-teksti edes kirjoitetaan. Hyvä alt-teksti kertoo kaiken olennaisen, mutta kuitenkin ei kerrota asioita, jotka eivät ole kuvan tulkinnan tai merkityksen kannalta tärkeitä. Esimerkiksi kaavio kannattaa avata sanallisesti, jotta näkövammaiset ne ymmärtävät myös. Kannattaa myös käyttää alt-tekstissä avainsanoja, jotta hakukoneet löytävät kuvan niiden avulla.



(Näkövammaisten liitto www-sivut, 2019)



(Näkövammaisten liitto www-sivut, 2019)



(Näkövammaisten liitto www-sivut, 2019)

Aihetunnisteet =

- Kirjoita sanojen ensimmäiset sanat isolla kirjaimella, jos käytät monisanaista tunnisteita
- Isolla kirjaimilla kirjoitetut sanat on helpompi lukea ja ruudunlukija osaa pitää taukoa sanojen välissä
- Esimerkiksi: #StrongTogether eikä #strongtogether

(Näkövammaisten liitto www-sivut, 2019)

8.1 Facebook

Facebook alt-teksti

1. Lisää kuva tai video ja kirjoita kuvateksti
2. Klikkaa "Muokkaa" tai kolmea pistettä
3. Klikkaa "Muokkaa vaihtoehtoista tekstiä" tai "Vaihtoehtoinen teksti" (jos löytyy automaattisesti tehty kuvaus, voit ohittaa sen ja tehdä oman)
4. Kirjoita kuvaus
5. Paina "Valmis" tai "Tallenna"
6. Julkaise kuva

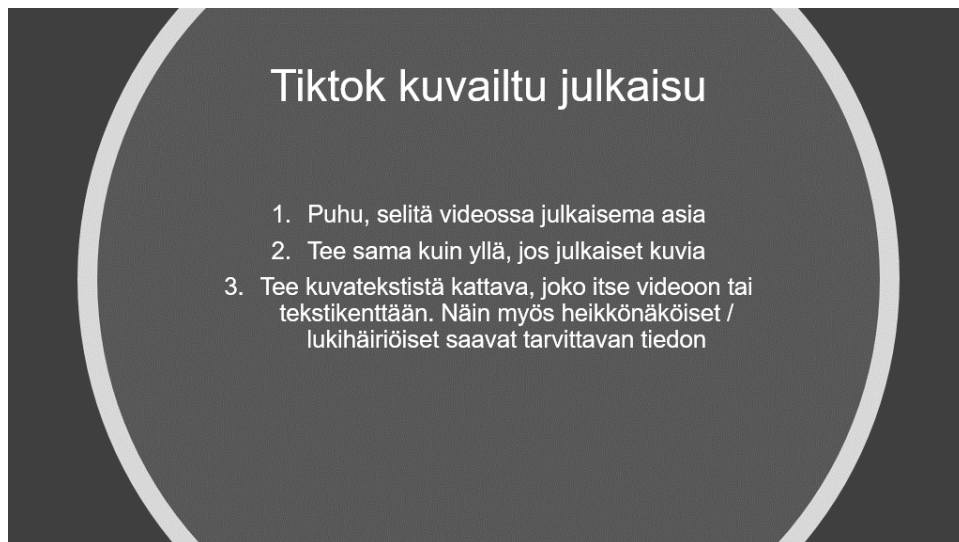
(saavutettavasti www-sivut, n.d.)

8.2 Instagram



(saavutettavasti [www-sivut](#), n.d.)

8.3 Tiktok



(saavutettavasti [www-sivut](#), n.d.)

9 PROSESSIKUVAUS

Sosiaalisen median julkaisuiden prosessi on seuraavanlainen:

9.1 Suunnittelu

Vastuuhenkilöt: Some-tiimi

Toteutetaan julkaisuaikataulun mukaisesti.

Some-tiimi voi kysyä muilta tiimeiltä mikä on aiheita, joita tarvitsisi nostaa esille.

9.2 Hyväksyminen

Vastuuhenkilöt: Some-tiimi, Palveluohjaajat

Some-tiimi hyväksyy julkaisun palveluohjaajilla ajoissa.

9.3 Julkaiseminen

Vastuuhenkilöt: Some-tiimi

Julkaisuaikataulun mukainen julkaiseminen/ajastus.

9.4 Seuranta

Vastuuhenkilöt: Some-tiimi, Palveluohjaajat

Helpot vastauksen kuuluvat some-tiimille. Vaikeammat tai pidemmät vastaukset pitää hyväksyttää palveluohjaajien kautta.

Sosiaalisen median viestit/kommentit katsotaan päivittäin läpi.

9.5 Raportointi

Vastuuhenkilöt: Some-tiimi

1. Kerran viikossa tilastointi torstain tiimipalaverissa viimeiseltä 7. päivältä
2. Sen hetkisen some-tiimin viimeisessä tiimipalaverissa laajempi katsaus koko harjoittelun aikaisiin tilastoihin

LÄHTEET

Näkövammaisten liitto, 24.09.2019. Saavutettavuus sosiaalisessa mediassa. Viitattu 8.1.2023.

<https://www.nkl.fi/fi/saavutettavuus-sosiaalisessa-mediassa>

Saavutettavasti.fi, n.d. Saavutettavuus sosiaalisessa mediassa. Viitattu 8.1.2023.

<https://www.saavutettavasti.fi/verkkosisaltojen-saavutettavuus/saavutettavuus-sosiaalisessa-mediassa/#extra-content-2>

Palvelukeskus Soteekin sosiaalisen median ohjeistus, 2019.