

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous

Mediatuotanto

2023

Juha Hytönen

Aikasidonnaisen median saavutettavuus Omnian viestinnässä

Opinnäytetyö (AMK) | tiivistelmä

Turun ammattikorkeakoulu

Liiketalous | Mediatuotanto

2023 | 29 sivua

Juha Hytönen

Aikasidonnaisen median saavutettavuus Omnian viestinnässä

Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia digitaalisista palveluista annetun lain taloudellisia vaikutuksia Espoon seudun koulutuskuntayhtymä Omnian viestintään aikasidonnaisen median tuottamisen osalta.

Tutkimus on tehty tutustumalla kyseiseen lakitekstiin, haastattelemalla Omnian viestinnästä vastaavaa yhteiskuntasuhdejohtajaa, tutkimalla saavutettavaa viestintää edistävien kansalaisjärjestöjen julkaisemaa materiaalia sekä tutustumalla aiemmin saavutettavasta viestinnästä kirjoitettuihin kirjoihin, raportteihin ja opinnäytetöihin.

Yhteenvedona voin todeta digipalvelulain tulevan tarpeeseen. Laki on vaikuttanut Omnian viestintään taloudellisesti, sillä se on nostanut työn hintaa. Omnia on onnistunut muuttamaan viestinnän prosessejaan, mikä on helpottanut viestinnässä käytettyjen aikasidonnaisten medioiden tuottamista.

Tulevaisuudessa tekniikan ja työtapojen kehittyessä, saavutettavuusvaatimukset eivät enää vaikuta työmäärään eikä kustannuksiin.

Asiasanat: Saavutettavuus, WCAG, Omnia, ohjelmatekstitys, kuvailutulkkaus

Bachelor's Thesis | Abstract

Turku University of Applied Sciences

Business | Media Management

2023 | 29 pages

Juha Hytönen

Accessibility of time-based media in Omnia's communications

The goal of this thesis is to study the economic effects that the act on Digital Services has on Omnia, the association of educational municipalities of Espoo. The focus is in producing time-based media communications.

The research has been done by getting to know the legal text in question, by interviewing the Communications Director of Omnia, researching material published by non-governmental organizations promoting accessible communication and by studying books, reports and thesis written about accessible communication earlier.

As a summary I can state that the Digital Services Act is necessary. The act has an effect on Omnia financially, since it has increased the price of work. Omnia has been able to change some of the communication processes so that it facilitates the production of time-based media communications.

In the future as technology and working methods develop, accessibility requirements will no longer affect the amount of work nor costs.

Keywords:

Accessibility, WCAG, Omnia, closed captioning, audio description

Sisältö

1 Johdanto	5
2 Saavutettava viestintä	6
2.1 Miksi viestinnän tulee olla saavutettavaa	6
2.2 Digipalvelulain vaatimukset	7
2.3 Aiheen rajaus	8
3 Digipalvelulain vaikutukset Omnian viestintään	11
3.1 Miten viestintä muuttui lain voimaantulon myötä	11
3.2 Sisäinen viestintä	13
3.3 Ulkoinen viestintä	15
3.4 Kohtuuton rasite	16
4 Aikasidonnainen media	17
4.1 Ulkoiset alustat	17
4.2 Videot ja mediavastineet	18
4.3 Audiolähettykset ja kuvailutulkkaus	20
5 Saavutettavan median tuottaminen	22
5.1 Tekstitystyökalut ja puheentunnistus	22
5.2 Saavutettavan median suunnittelu	22
6 Saavutettavuusselosteet	25
7 Yhteenveto	26
Lähteet	28

1 Johdanto

Suomessa astui huhtikuussa 2019 voimaan laki digitaalisten palveluiden tarjoamisesta, eli ns. digipalvelulaki. Laki velvoittaa julkisia toimijoita saattamaan viestintänsä saavutettavuusvaatimusten mukaiseksi. Siirtymäajan jälkeen olen saanut seurata mediasta, kuinka varsinkin pienet lain piiriin kuuluvat toimijat ovat kritisoineet sen vaatimuksia kohtuuttomiksi. Korona-aikana olivat yleistyneet etänä verkon yli lähetetyt videolähetykset sekä erilaisten tilaisuuksien tallenteet. Lain mukaan suorat lähetykset tulee muuntaa saavutettaviksi kohtuullisen ajan kuluessa ja muut videot on tehtävä saavutettaviksi jo julkaistaessa. Tämä on tarkoittanut lisääntyneitä työtaakkaa ja kasvaneita kustannuksia.

Opinnäytetyössä käydään läpi digipalvelulain aikasidonnaista mediaa koskevat pääkohdat ja mitä vaatimuksia ne asettavat Espoon seudun koulutuskuntayhtymä Omnian viestinnälle. Lisäksi selvitetään, miten laki muutti viestintää ja siihen liittyviä prosesseja. Mediassa esillä olleet puheenvuorot ovat antaneet mielikuvan kustannusten noususta ja viestintään kuluvan ajan moninkertaistumisesta. Opinnäytetyö perustuu lakitekstiin, Omnian yhteiskuntasuhdejohtaja Päivi Korhosen haastatteluun, eri julkisten toimijoiden verkossa jakamiin ohjeisiin sekä aiheesta kirjoitettuihin opinnäytetöihin ja blogiteksteihin.

Lisäksi tutkin, miten laki on vaikuttanut aikasidonnaisen median avulla tehtävään viestintään käytettyyn aikaan ja siitä aiheutuneisiin kustannuksiin. Samoin sen, mitä hyötyä laista on kuluttajille ja miten teknisiä apuvälineitä käyttämällä ja työn prosesseja muuttamalla saavutettavuusvaatimukset olisi saavutettavissa.

2 Saavutettava viestintä

2.1 Miksi viestinnän tulee olla saavutettavaa

Julkishallinnollisia ja kaupallisia palveluita on siirretty verkon kautta tarjottaviksi ja tämä linja tulee jatkumaan. Liiketoiminnan digitoimisella voidaan tehostaa toimijoiden taloudellista kestävyyttä ja luoda uusia mahdollisuuksia palvella niin lakisääteisten kuin kaupallistenkin palveluiden osalta. Nämä ovat niitä palveluita, mitä kaikkien ihmisten tulee päästä käyttämään.

Internet on periaatteeltaan saavutettava, sillä sen taustalla olevat standardit mahdollistavat käyttäjälähtöisen sisällön ja rakenteiden muokkaamisen. Eli ihmisen fyysiset ominaisuudet eivät rajoita verkkoon pääsyä. (Älli, S.)

Verkkosisältöjen seuraaminen voi kuitenkin osoittautua vaikeaksi tai mahdottomaksi ihmisen fyysisten ominaisuuksien takia. Ääntä sisältävä verkkosisältö ei saavuta kuluttajaa, jos hän ei kuule ääntä. Jonkinasteinen kuulonalenema on yli 800 000 suomalaisella ja myös nuorten ihmisten huonokuuloisuus on lisääntynyt. (Hirvonen, M.)

Myös verkkopalveluiden käytössä tapahtuneet muutokset, kuten liikuteltavat päätelaitteet, asettavat sisällön saavutettavuudelle omat vaatimuksensa. Avokonttorissa tai julkisessa liikennevälineessä ei ole mielekästä kuunnella mobiililaitteen kautta mitään ilman kuulokkeita. Ilman ääntä seurattava mediasisältö on vähemmän saavutettava ilman ohjelmatekstitystä. Tekstityksestä on hyötyä siis muillekin kuin huonokuuloisille.

Itse olen havainnut tiettyjen kotimaisten näyttelijöiden puheen niin epäselväksi, että käytän mahdollisuuksien mukaan ohjelmatekstitystä aina kun katselen heidän tähdittämiään elokuvia ja sarjoja.

Viestinnän saavutettavuudessa on siis kyse erilaisten ihmisten tarpeiden huomioimisesta ja yhdenvertaisuuden edistämisestä.

2.2 Digipalvelulain vaatimukset

Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta eli digipalvelulaki tuli Suomessa voimaan huhtikuussa 2019. Laki velvoittaa julkisia toimijoita, kuten kuntia ja kuntayhtymiä, noudattamaan kansainvälistä ohjeistusta verkkosisältöjen saavutettavuudessa. Lain tarkoituksena on pyrkimys parantaa yhteiskunnan eri ryhmien edellytyksiä käyttää omatoimisesti julkisen sektorin tarjoamia digitaalisia palveluja. Laki koskee niin toimijoiden verkkosivuja, mobiilisovelluksia kuin sosiaalisen median kanavia. (Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta 306/2019, 1:2)

Lain perusteena on Euroopan parlamentin ja neuvoston saavutettavuusdirektiivi, mikä on laadittu kansainvälisen World Wide Web -konsortion alun perin jo vuonna 1999 kehittämän WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) -ohjeistuksen pohjalta. Sen pääasiallinen tavoite on varmistaa verkkosisältöjen sujuva käyttö erilaisilla avustavilla teknologioilla, käytön mahdollisuus käyttäjän rajoitteista huolimatta sekä sisällön toistuminen oikein eri päätelaitteilla. Ohjeistuksen viimeisin versio 2.1 hyväksyttiin vuonna 2018 ja siinä onnistumiskriteerit on jaettu kolmeen luokkaan; A-, AA- sekä AAA. Digipalvelulaki velvoittaa noudattamaan A- ja AA-tason kriteereitä. (Aluehallintovirasto, 2023)

A-taso on digitaalisen saavutettavuuden perustaso. Se parantaa saavutettavuutta käyttäjille, joilla on erityishaasteita verkkopalveluiden käytössä. Tämän tason kriteerinä on esimerkiksi tekstivastineen tarjoaminen videoiden yhteyteen. Käytännössä siis kaikkien lain piiriin kuuluvien toimijoiden verkossa olevat videot on oltava tekstitettyjä. AA-taso parantaa saavutettavuutta entistä laajemmalle käyttäjäkunnalle. Tämän tason kriteerinä on esimerkiksi ääniselitteen eli kuvailutulkauksen tarjoaminen videoihin. (Kehitysvammaliitto, 2023)

WCAG-ohjeistus ei takaa minkään verkkosivuston tai mobiilisovelluksen täydellistä saavutettavuutta, mutta se on tärkeä ohjenuora mitä noudattamalla helpotetaan mahdollisuutta digitaalisten palveluiden sujuvaan käyttöön. Ennen kaikkea ohjeistuksesta on apua käyttöliittymiä ja sisältöjä suunniteltaessa. Ohjeistuksessa puhutaan onnistumiskriteereistä, minkä avulla voidaan arvioida saavutettavuuden tasoa. Ohjeen kohdassa 1.2 Aikasidonnainen media on listattu videokuvaa ja ääntä tai pelkkää videokuvaa tai pelkkää ääntä sisältävien mediatuotteiden onnistumiskriteereitä.

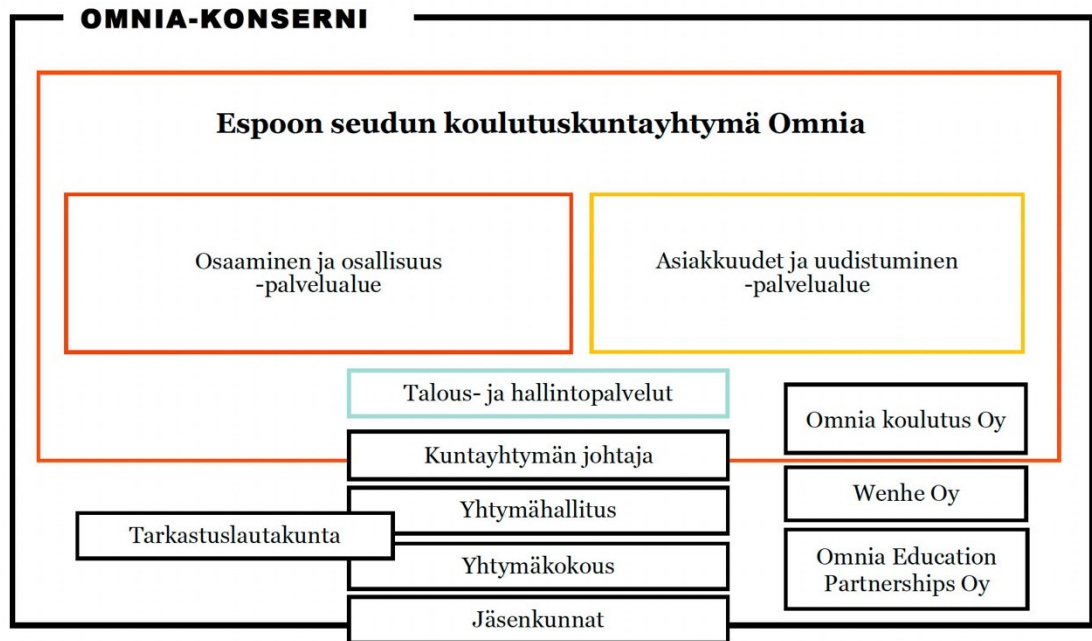
Digipalvelulain saavutettavuusvaatimusten noudattamista valvoo Etelä-Suomen aluehallintovirasto.

2.3 Aiheen rajaus

Opinnäytetyössäni tutkin digipalvelulain vaikutuksia Espoon seudun koulutuskuntayhtymä Omnian viestintään aikasidonnaisen median osalta.

Omnia on jäsenkuntiansa, eli Espoon, Kauniaisten ja Kirkkonummen omistama kuntayhtymä, jonka tehtävänä on edistää elinvoimaa, osaamista ja hyvinvointia yksilöille, yrityksille, yhteistyökumppaneille ja alueelle. Omnia-konserniin kuuluu koulutuskuntayhtymän lisäksi mm. koulutusvientiä harjoittava Omnia Education Partnership Oy sekä rekrytointipalveluyritys Wenhe Oy. (Kuva 1) Perustehtäviä on seitsemän;

- Järjestämis- ja ylläpitolupien mukainen koulutus ja opetus
- Osallisuutta, osaamista ja työllistymistä edistävät palvelut
- Yksilöiden ja yhteisöjen toimijuuden vahvistaminen elinikäisenä oppimisena
- Yritysten ja yhteisöjen osaamisen kehittymistä ja elinvoimaa edistävät palvelut
- Jäsenkunnille suunnattujen sidosyksikköpalvelujen tarjonta
- Kestävää kehitystä tukevien innovaatioiden mahdollistaminen
- Kansainvälisyyden ja koulutusviennin edistäminen



Kuva 1. Omnia-konserni (Omnia, tilinpäätös ja toimintakertomus 2022)

Omnian osaamisen kehittämisen piirissä on vuosittain noin 40 000 oppijaa. Henkilökuntaa Omniassa on noin tuhat. (Omnia, tilinpäätös ja toimintakertomus 2022)

Koska kyseessä on kokonaisuutena iso organisaatio ja sen tuottaman aikasidonnaisen median määrä on suuri ja median käyttötarkoitukset ja tavoitteet organisaation eri toimijoilla erilaiset, rajaan aiheen tutkimisen Omnian järjestämis- ja ylläpitolupien mukaiseen koulutukseen ja opetukseen eli ammatillisiin opintoihin ja aikuislukioon ja näiden sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä käytettyihin aikasidonnaisiin medioihin. Omniaan kuuluu myös Aalto-yliopiston yhteydessä toimiva osaamiskiihdyttämö, missä kokeillaan ja testataan innovatiivisia oppimismenetelmiä. Osa tämän Maker Spacen tuotteista, kuten pelit ja robotit saattavat kuulua digipalvelulain piiriin, mutta koska yksikkö ei ole millään tavalla Omnian virallisen viestinnän alla, on se jätetty myös tämän tutkimuksen ulkopuolelle.

Oppilaitoksena Omnian toiminnan saavutettavuutta ohjaa myös yhdenvertaisuuslaki, minkä perusteella on myös toteutettu viestinnällisiä toimenpiteitä. Opinnäytetyöni viitekehyksenä on kuitenkin WCAG 2.1 -dokumentin ohje 1.2 Aikasidonnainen media. (AVI 2023)

Aikasidonnaisen median tekstitykset jaetaan saman kielisiin ohjelmatekstityksiin ja toiselle kielelle tehtyihin käännöstekstityksiin. Tässä opinnäytetyössä tekstityksellä tarkoitetaan ohjelmatekstitystä.

3 Digipalvelulain vaikutukset Omnian viestintään

3.1 Miten viestintä muuttui lain voimaantulon myötä

Yksinkertaistettuna digipalvelulaki velvoittaa Omniaa tekstittämään kaiken sisällön, mitä verkkoon laitetaan.

Laajemmin ajateltuna laki vaatii Omniaa katsomaan kaikkea julkaistavaa materiaalia niin värien, kontrastin kuin fonttienkin osalta. Samoin pitää miettiä kuvan välkkymistä, eli tehoste-elementtien kanssa tulee olla tarkkana. Hienot efektit videoissa ovat monesti niitä, mitkä eivät ole saavutettavia. Välkkyvän kuvan osalta ohjesääntönä on, että sekunnin aikana kuva ei saa välkähtää yli kolmea kertaa.

Viestintää suunniteltaessa ja toteutettaessa tulee harjoittaa palvelumuotoilua. Tulee miettiä omaa viestintää vastaanottajan kannalta. Objektista tehdä subjekti.

Ennen määrättiin itse, miten tehdään, nyt puolestaan viestinnän kohde määrittää mitä ja miten tehdään. Saavutettavuus on samalla palvelutehtävä. Tulee miettiä, miten voimme palvella meidän omaa henkilöstöämme, opiskelijoita, sidosryhmiä ja laajaa yleisöä tarjoamalla sellaisia sähköisiä palveluita, että kaikilla on mahdollisuus olla niiden parissa ja hyödyntää niitä palveluita. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

Omnian henkilökunnan, opiskelijoiden sekä sidosryhmien ja suuren yleisön mielikuvaa Omniasta tutkittiin vuonna 2021 Tone of Voice -bränditutkimuksessa. Opiskelijoiden keskuudessa mielikuva Omnian viestinnästä ja markkinoinnista oli asiallinen ja avoin. (Lounasto & Virtanen 2021, 47) Kuvaavin sana Omniasta puolestaan oli yhteistyökumppaneitten mielestä helposti saavutettava. (Lounasto & Virtanen 2021, 50) Tutkimuksen pohjalta luotiin Omnian brändille äänenävy, mitä hyödynnettiin uutta viestintästrategiaa laadittaessa.

Omnian strategisessa viestinnässä oli jo ennen lain voimaantuloa valikoitu viestintäkeinoksi yhä useammin liikkuva kuva pelkän tekstisisällön sijaan. Kun tuli tieto saavutettavuusvaatimuksista ja mitä se tarkoittaa viestinnän työn kannalta, aloitettiin Omniassa viestintähenkilöstön koulutukset, missä käytiin läpi lain voimaantuloa ja sen vaatimukset. Toimintaa sopeutettiin lain vaatimukseen jo hyvissä ajoin ennen sen voimaantuloa. Omnian viestintäryhmän kuukausittaisissa iltapäiväkahveissa käytiin lain vaatimuksia läpi ja pohdittiin miten se muuttaa viestinnän prosesseja. Tämän ansiosta laki ei tullut yllätyksenä ja Omnian voisikin sanoa olevan edelläkävijä digipalvelulain vaatimusten omaksumisessa ja noudattamisessa.

Omnian viestintästrategian päivitystyö oli myös lain voimaantullessa käynnissä ja uudessa, tämän vuoden alussa käyttöönotetussa strategiassa onkin huomioitu vahvasti saavutettavuus. Strategiaa itsessään ei ole lain takia päivitetty, mutta viestinnän prosessit on mukautettu lain vaatimukset paremmin huomioon ottaviksi. Eli ei muutettu mitä viestintää tehdään, vaan se miten sitä tehdään. Omnia palvelumuotoili oman viestinnän strategiansa asettamalla asiakkaan kaiken viestinnän keskiöön.

Jo Omnian brändilupaus ”ratkaisuja yhdessä kaikille” sisältää saavutettavuuden siltä osin, että Omnian pitää pystyä palvelemaan mahdollisimman erilaisia ihmisryhmiä. Omnian arvot ovat asiakaskeskeisesti, vastuullisesti ja arvostavasti. (Kuva 2) Niissä kaikissa on huomioitu saavutettavuus isossa kuvassa. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)



Kuva 2. Omnian visio, missio, arvot ja strategiset valinnat (Omnian strategia 2023-25 – onnistumissuunnitelmamme)

Henkilöstöä koulutetaan edelleen tuntemaan lain vaatimukset, eikä pelkästään viestinnän parissa työskenteleviä vaan koko henkilökuntaa. Ja kun taloon tulee uusia työntekijöitä, käydään saavutettavuuteen liittyvät asiat läpi osana perehdytysprosessia. Samoin säännöllisin väliajoin käydään saavutettavuusdirektiivin keskeiset asiat läpi, nostetaan ne esille ja muistutetaan noudattamaan niitä. Saavutettavuus on näin opittu ottamaan osaksi kaikkia työprosesseja. Ennen lain voimaantuloa julkaistuja videoita ei tarvitse muuttaa saavutettaviksi tekstittämällä, mutta nämä vanhemmat videot on poistettu Omnian kanavilta. Ei tosin pelkästään saavutettavuusvaatimusten noudattamisen takia, vaan myös siksi, että halutaan pitää sisältö tuoreena ja poistaa vanhentunut tieto esiltä mahdollisimman pian. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

3.2 Sisäinen viestintä

Omnian sisäinen viestintä on omalle henkilökunnalle ja opiskelijoille suunnattua viestintää omilla alustoilla. Eli tiedottaminen henkilökunnalle hoidetaan Omnian oman intranetin kautta ja opiskelijoilla on vastaavat omat sivut. Yhteistä näille

sivuille on, että ne vaativat kirjautumisen eivätkä näin ole ulkopuolisten saavutettavissa. Näillä alustoilla julkaistava viestintä on myös Omnian omilla palvelimilla olevaa, eikä esimerkiksi upotettuja YouTube-videoita. Poikkeuksena tähän on tietyt livelähetykset, mitkä käytännön syistä on päädytty toteuttamaan YouTuben kautta. Tällöin linkki piilotettuun lähetykseen löytyy intrasta.

(Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

Digipalvelulaki on kiristänyt sisäisen viestinnän aikatauluja. Yleensä kun tiedotetaan jostain asiasta henkilöstölle, tieto laitetaan intraan. Strategian mukaisesti on todettu liikkuvan kuvan kertovan aina paljon enemmän kuin pelkkä teksti ja usein tiedotteet ovatkin videoituja puheenvuoroja tai haastatteluja. Ja laki vaatii sen, että video pitää tekstittää. Tämä vaatii ennakkointia, eli pitää etukäteen tietää mitä missäkin kohdassa tapahtuu ja kuka vastaa mistäkin asiasta. Prosessin terävöittämistä tapahtuu koko ajan ja sillä on vaikutusta siihen, miten kauan viestin, tässä tapauksessa henkilöstötiedotteen tekemisessä menee aikaa. Työhön käytetty aika vaikuttaa kustannuksiin, eli digipalvelulaille on kustannusvaikutuksia Omnian viestintään. Samalla pitää myös seurata toteutuuko saavutettavuus ja onko kaikki saavutettavuusvaatimusten mukaiset asiat otettu huomioon. Myös se on resurssikysymys, mikä vaikuttaa työn kustannuksiin. Toisaalta samalla pitää miettiä mistä kaikesta luovutaan, kun tehdään tiedote videomuodossa eikä tekstintuotantoa enää tarvita niin paljon. Tekstintuotanto on lopulta myös erittäin paljon resursseja vievää viestintää, sillä myös se tulee tarkistaa ennen julkaisua. Tästä voidaan siis säästää. Hyvä ohjenuora kaiken viestinnän tekemiseen on Plan, Do, Check, Act. Suunnittele, toteuta, arvioi ja kehitä. Tällä laatujärjestelmän osalla saadaan jäntevöitettyä viestintää. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

Omnian toiminnan tavoitteena on tarjota mahdollisimman laajasti palveluja niitä tarvitseville ja siten vähentää eriarvoisuutta. Omnian strategian perustana on ajatus siitä, että kaikilla on kyky ja halu oppia. Sisäisellä viestinnällä vastataan erilaisten oppijoiden tasavertaiseen mahdollisuuteen saada mahdollisimman ymmärrettävää ja selkeää viestintää. Omnia on yksi Suomen

kansainvälisimmistä oppilaitoksista ja opiskelijat edustavat 123 eri kansalaisuutta. Ammatillisen koulutuksen opiskelijoista äidinkielenään muuta kuin suomea tai ruotsia puhuvien osuus on yli kolmannes. (Omnian tilinpäätös ja toimintakertomus 2022, s. 11)

Videoiden tekstivastineet ovat oleellisia henkilöille, joilla on kuulovamma, mutta tekstityksestä on hyötyä myös esimerkiksi kielenoppijoille. (AVI 2023) Kaiken Omniassa käytössä olevan oppimateriaalin tulee olla saavutettavaa. Materiaali on suurelta osin eri alojen opettajien vastuulla ja heille painotettiin lain voimaantultua huomioimaan tämä kaiken oppimateriaalin osalta. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

3.3 Ulkoinen viestintä

Ulkoinen viestintä on viestintää, mitä kohdennetaan Omnian ulkopuolelle eli suurelle yleisölle ja sidosryhmille. Viestintä tapahtuu Omnian omien verkkosivujen sekä sosiaalisen median kautta. Oman ja lainatun median lisäksi Omnia hyödyntää ansaittua mediaa, esimerkiksi tiedotusvälineiden ja yhteistyökumppanien viestinnän kautta, mutta tällöin ei saavutettavuuteen voida vaikuttaa. Ostettua mediaa hyödynnetään toisinaan ja siinä huomioidaan saavutettavuus niin kuin laki vaatii huomioimaan. Yleisesti ottaen saavutettavuuden varmistamiseksi samojen lainalaisuuksien on toteuduttava kaikessa Omnian viestinnässä. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

Omniassa ulkoista viestintää hoitaa osittain myös media-alan opiskelijoiden oma mainostoimisto. Eli Omnian opiskelijat tuottavat videoita ja verkkosisältöä Omnian sosiaalisen median kanaviin. Tästä toiminnasta vastaavat media-alan opettajat ja Omnian viestintä on ohjeistanut saavutettavuusvaatimusten noudattamisessa. Eli kun Omnian nimissä ja Omnian kanaville tuotetaan sisältöä, sitä sisältöä koskee saavutettavuusvaatimukset kuten graafinen värimaailma ja aikasidonnaisen median saavutettavuus. Media-alan opiskelijoita briiffataan ja käydään läpi yhteiset pelisäännöt, mutta toteutuuko se aina, on eri asia. Tästä isossa vastuussa ovat opettajat, jotka ovat tietoisia Omniaa

koskevista saavutettavuussäännöistä. Opetussuunnitelmassa ei mainita saavutettavuus-sanaa, mutta alan erityispiirteet tulee silti olla hallussa. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

3.4 Kohtuuton rasite

Digipalvelulain lähtökohtana on, että kaikki videot julkaistaan valmiiksi tekstitettyinä ja äänilähetyksissä on mukana tekstivastineet. Lisäksi videoihin on tarvittaessa tehtävä kuvailutulkkaukset. Mikäli saavutettavuusvaatimusten noudattaminen on kohtuuttoman työlästä tai kallista ottaen huomioon organisaation resurssit ja kohderyhmä, voidaan vedota kohtuuttoman rasitteen perusteeseen. Tällöin osa verkkosisällöstä voidaan tilapäisesti jättää saavutettavuusvaatimusten ulkopuolelle ja asiasta tulee mainita saavutettavuusselosteessa. Tällöinkin sisältö tulisi saattaa saavutettavaksi kohtuullisessa ajassa. (Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta 306/2019, 3:8)

Omniassa kohtuuttomaan rasitteeseen ei juurikaan vedota, vaan verkkosisällöt tehdään lähtökohtaisesti saavutettaviksi. Joskus henkilökunnan sisäisessä intrassa saattaa olla tekstittämätöntä sisältöä, mutta näissä tapauksissa sisältö poistetaan kahden viikon kuluttua, ellei kyseessä ole niin oleellinen informaatio, että sillä voidaan katsoa olevan suurempaa merkitystä ja videon tulee siksikin olla pitempää henkilökunnan saatavilla. Tällöin video tekstitetään heti tehdessä, tai esimerkiksi suorien streamien tapauksessa kahden viikon kuluessa. Kahden viikon tekstittömyyttä ei kuitenkaan ole Omniassa kovinkaan paljon toteutettu. Media-alan opiskelijoiden tekemien videoiden kohdalla voi olla opetuksen kannalta syytä jättää joitain videoita tekstittämättä, mutta tällöin saavuttamattomia videoita ei julkaista kaikkien nähtäville. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

4 Aikasidonnainen media

4.1 Ulkoiset alustat

Omnia käyttää viestinnässään yleisimpiä sosiaalisen median alustoja ja aikasidonnaista mediaa julkaistaan YouTubessa, Facebookissa ja Instagramissa. TikTokin käyttöönottoa harkittiin, mutta sen ei todettu tuovan viestinnän näkökulmasta mitään uutta jo käytössä oleviin alustoihin verrattuna, joten sitä ei otettu käyttöön. Ulkoisille alustoille ladattua mediaa on myös linkitetty upotuksina Omnian omille sivuille, mitä kautta käyttäjän on helppo löytää niitä. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

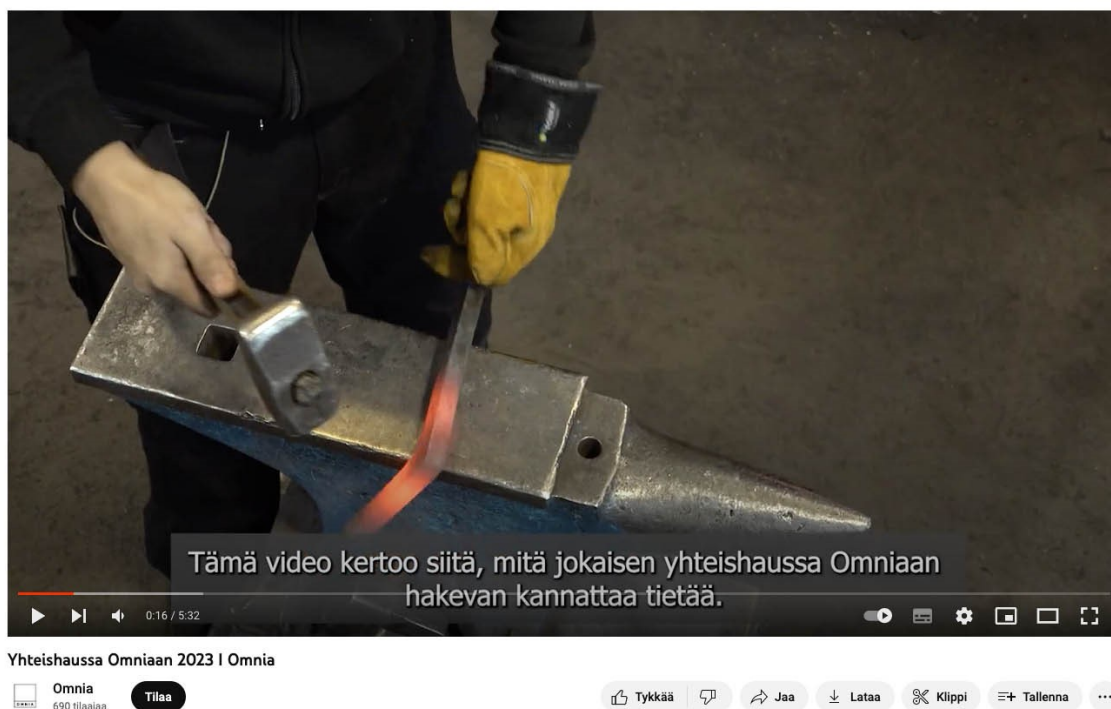
Kaikki ulkoisilla alustoilla julkaistava aikasidonnainen media on tehty saavutettavaksi, eli jokaiseen videoon lisätään tekstitys. Sisältö on osin samaa eri kanavissa ja sitä saatetaan muokata eri alustoille sopivaksi. Esimerkiksi YouTubessa julkaistavasta videosta julkaistaan lyhyempi versio Facebookissa ja Instagramissa. Käytettävät sosiaalisen median alustat on valittu helppokäyttöisyyden ja turvallisuuden takia. Niillä on isot käyttäjämäärät ja niiden avulla Omnia voi palvella laajasti eri kohderyhmiä. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

Myös alustojen videosoittimien tulee olla saavutettavia ja tällä hetkellä kaikkien kolmen alustan videosoittimet täyttävät lain vaatimukset. Digipalvelulaki edellyttää sisällön lisäksi myös median toistoon käytettävän videosoittimen saavutettavuutta, esimerkiksi painikkeiden tummuuskontrastin osalta. Lisäksi soittimen on toimittava myös näppäimistökomennolla ja ruudunlukuohjelmilla. (AVI 2023)

Omniaan ulkoisille alustoille lataamissa videoissa on myös aina mukana otsikon lisäksi kuvailuteksti videon sisällöstä. Videosoittimet ulkoisilla alustoilla ovat alustojen omalla vastuulla ja niiden teknisiin ominaisuuksiin Omnia ei voi vaikuttaa. Ne kuitenkin kehittyvät jatkuvasti niin markkinoiden kuin myös lainsäädännön, eli esimerkiksi saavutettavuusdirektiivien, mukaisesti.

4.2 Videot ja mediavastineet

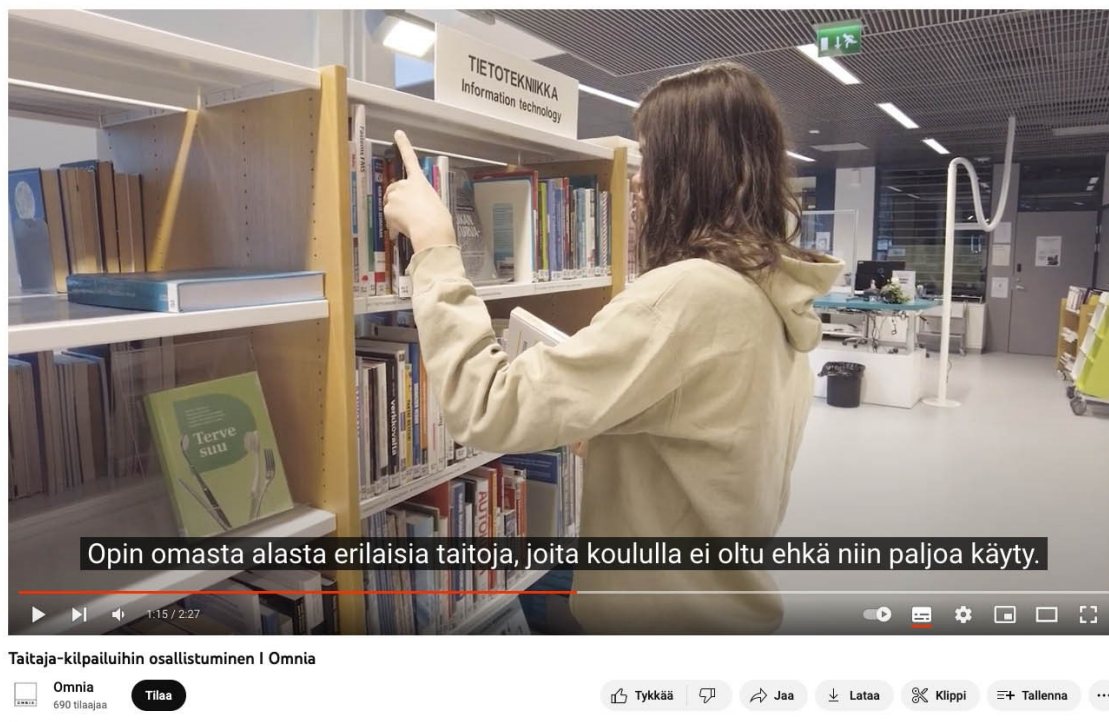
Lähes kaikki Omnian viestinnän julkaisema aikasidonnainen media on videomuodossa. Videoiden tekstivastineet lisätään videokuvan päälle yleensä polttamalla ns. open captions -tyylillä. (Kuva 3)



Kuva 3. Open captions-tyylillä tekstitetty video YouTubessa

Tämä tapahtuu videoiden editointivaiheessa ja tällöin tekstitettyä videota voi käyttää saavutettavasti useilla eri alustoilla. Tekniikan huonona puolena voi pitää sitä, ettei käyttäjä saa tekstityksiä halutessaan pois kuvasta. Myöskään vieraskielistä tekstitystä ei valmiiksi tekstitettyyn videoon ole mielekästä laittaa, sillä käännösteksti ei välttämättä erottuisi ohjelmatekstityksen päältä. Menetelmä tuo ajallista säästöä, kun tekstitys tarvitsee tehdä vain kerran. Näistä videosta ei myöskään tekstivastinetta julkaista erikseen.

Toisinaan päädytään tekstittämään videot closed captions -tyylillä, missä käyttäjä saa videosoittimen asetuksista kytkettyä tekstitykset halutessaan pois. (Kuva 4)



Kuva 4. Closed caption -tyylillä tekstitetty video YouTubessa

Closed captions -tekniikkaa käytetään yleensä silloin, jos kyseessä on pitkä video ja se julkaistaan ainoastaan yhdellä alustalla, useimmiten YouTubessa. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

Saavutettavuusvaatimuksissa ei määritellä kumpaa tekniikkaa tekstityksessä tulisi käyttää. Alustojen omat tekstitysokalut ovat kuitenkin lähtökohtaisesti saavutettavia valmiiksi asetettujen kontrastierojen ansiosta. Open captions -tyyliä käytettäessä onkin muistettava asettaa tekstitykselle joko tummat reunukset tai tekstin taustalle tummat palkit, jotta teksti erottuu paremmin taustasta. (Celia, 2023)

Videot, mitä Omniassa jätetään tekstittämättä, ovat säännöllisesti henkilökunnalle suorana lähetettäviä ajankohtaiskatsauksia. Laki ei vaadi suorana lähetettävien ohjelmien tekstittämistä, mutta myös ne tulee saattaa saavutettavuusasetusten mukaisiksi kohtuullisen ajan kuluessa. Omniassa nämä videot jäävät lähetyksen jälkeen henkilökunnan nähtäville ja ne pyritään

tekstittämään kahden viikon kuluessa lähetyksestä. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

Digipalvelulain mukaan videota ei tarvitse tekstittää, jos se on olemassa olevan tekstin mediavastine ja selvästi tekstiin linkitetty. (AVI 2023) Mediavastine voi olla esimerkiksi tekstimuotoisen käyttöohjeen yhteydessä oleva ohjevideo. Omnian viestinnässä ei tehdä tekstittämättömiä mediavastineita, mutta eri opetusaloilla niitä on käytössä ja tehdään myös itse. Nämä videot ovat opettajien vastuulla, eikä niihin ole olemassa viestinnällistä linjaa. Kaikessa opetustyössä korostetaan kuitenkin, että teksti kuvan yhteydessä ja toisinpäin helpottaa etenkin kielenoppijoita opiskeltavan asian ymmärtämisessä. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

4.3 Audiolähetykset ja kuvailutulkkaukset

Digipalvelulaki velvoittaa myös pelkkää ääntä sisältävien aikasidonnaisten medioiden saavutettavuuteen. Tämä hoituu käytännössä lisäämällä äänilähetyksen yhteyteen kirjallisen tekstivastineen.

Omniasa ei ole digipalvelulain voimaantulon jälkeen käytetty pelkkää ääntä sisältäviä aikasidonnaisia medioita viestinnässä, mutta aiemmin on viestitty myös podcastein ja tällöinkin käytettiin tuotantoihin ulkopuolista palveluntarjoajaa. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

Omnian omilla sivuilla eikä sosiaalisen median alustoilla näitä podcasteja ei enää ole, mutta yhteistyössä eri kumppanien kanssa tehtyjä podcasteja löytyy edelleen verkon audiopalveluista ja ainakin Spotifyssa olevia Espoon kaupungin kanssa tehdyissä äänilähetyksissä on kuvailutekstin ohessa linkki Espoon kaupungin verkkosivuilla olevaan tekstivastineeseen.

Kuvailutulkkaukset tarkoittaa visuaalisen informaation kuvailua ääneen. Siinä välitetään kuulohavainnon avulla vastaanotettavaksi se tieto, minkä silmät näkevät. (Hirvonen, M.) Mikäli videon sisällön kaikki oleellinen tieto ei tule ilmi videon ääniraidasta, tulee siihen sisällyttää kuvaileva äänivastine. Omniasa

videoille ei ole tehty kuvailutulkkauksia, sillä videoiden sisällöt eivät ole sellaisia, mille kuvailutulkkaukset antaisi paljoakaan lisäarvoa. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

Kehitysvammaliiton Papunet-verkkopalvelussa on ohjeet kuvailutulkkaukselle ja myös listattuna, milloin kuvailutulkkauksia ei tarvita. Esimerkiksi Omnian viestinnän paljon käyttämä keino viestiä, eli ns. puhuva pää -tyylin videot voi jättää kuvailutulkkauksista. Samoin silloin, kun videon sisältö on kuvituskuva millä ole merkitystä videon sisällön ymmärtämisen kannalta. (Papunet 2023)

Käytännössä digipalvelulain piiriin kuuluvien toimijoiden tiedot kuvailutulkkauksista, sekä sen aiheuttama kohtuuttomaksi koettu rasite näkyvät siinä, ettei esimerkiksi kuntien verkossa olevissa videoissa juurikaan ole kuvailutulkkauksia. (Hirvonen & Saari 2021, 24)

5 Saavutettavan median tuottaminen

5.1 Tekstitystyökalut ja puheentunnistus

Videoiden tekstittäminen on aikaa vievää työtä ja vanha nyrkkisääntö onkin, että tunnin videon tekstittämiseen menee yksi päivä. Tekstistä riippuen sen voi tehdä nopeammin tai hitaamminkin. Käytännössä manuaalisesti tehty ohjelmatekstitys ensin litteroidaan puheesta omalla korvalla kuuntelemalla ja teksti asetetaan videokuvan alalaitaan kahdelle riville ja näkyviin oikeassa kohdassa videon ääniraitaa. Monissa Omnian käyttämissä sosiaalisen median alustassa on tekstityökalut helpottamaan ja ennen kaikkea nopeuttamaan tekstitystä. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

Manuaalisen ohjelmatekstityksen tuottaminen on paljon aikaa vievää työtä ja kun tekstitettävää aineistoa on paljon, on tekstin automaattinen tuottaminen hyvä ratkaisu saavutettavuuden lisäämiseksi. (Hirvonen, M.) Omnian viestinnällä on käytössä tekstitystä nopeuttamaan myös puheentunnistusohjelmia, mitkä tunnistavat ääniraidan puheen ja muuntavat sen raakatekstiksi. Ohjelmat toimivat nykyään jo melko hyvin ja kehittyvät koko ajan paremmiksi. Niiden avulla saadaan helpotettua ja nopeutettua aikaa vievää työvaihetta. Automaattisten tekstitysten käyttäminen näkyy myös kustannuksissa, sillä se säästää henkilöresursseja. Toisaalta koneen tekemä teksti on yhä käytävä läpi manuaalisesti, sillä siitä löytyy paljon kielivirheitä. Tähän kuuluu oma aikansa, mikä näkyy kustannuksissa. Tekoälyn mukanaan tuomat mahdollisuudet tulevat silti vaikuttamaan suuresti siihen, miten ohjelmatekstityksiä tulevaisuudessa Omniassa tehdään. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

5.2 Saavutettavan median suunnittelu

Parhaiten aikasidonnaisen median saavutettavuuteen voi vaikuttaa ottamalla saavutettavuusvaatimukset huomioon jo suunnitteluvaiheessa. Videotuotantoa

suunnitellessa kannattaa kiinnittää huomiota dialogin selkeyteen, kuvan väreihin ja kontrasteihin sekä kuvan rajaukseen. (Selkokeskus 2023)

Kun on etukäteen tiedossa alalaitaan sijoitettava ohjelmatekstitys, tulee kuva-alasta varata siihen tilaa. Käsikirjoitettu puhe on valmiiksi litteroitu jo ennen kuvausta, mikäli kuvausvaiheessa pysytään käsikirjoituksessa. Tämä säästää huomattavan paljon aikaa tekstitysvaiheessa, sillä tekstimuotoisen käsikirjoituksen voi ladata esimerkiksi YouTubeen ja asettaa sen perusteella ohjelmatekstitykset ääniraidan suhteen oikeille paikoilleen. Selkeä dialogi ja kuvan visuaalinen ilme tekevät puolestaan kuvailutulkauksen tarpeettomaksi. (AVI 2023)

Omnian viestinnässä noudatetaan viestintää suunniteltaessa seuraavanlaista kaavaa: kanava, kohderyhmä, sisältö. Eli mietitään missä julkaistaan, kenelle julkaistaan ja mitä halutaan kertoa. Kaikessa sisällössä korostetaan selkokieliäisyyttä ja ymmärrettävyyttä, mitkä riippuvat viestinnän kohderyhmästä. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

Moni videotuotanto tilataan Omniaan ulkopuolisesta toimijalta ja tällöin on riskinä se, ettei saavutettavuusvaatimuksia noudateta. Yksityiset tuotantoyhtiöt eivät ole välttämättä tietoisia kunta-asiakkaan videosisällön ominaispiirteistä ja vaikka niistä on sopimusehdoissa mainittu, on niitä joskus jätetty huomioimatta toimittajan puolelta. Ulkopuolisilla mediapalveluiden tuottajilla tulisi olla saavutettavuuteen liittyvät käytännöt omissa prosesseissaan, vaikka valtaosa heidän asiakkaistaan ei kuulisi digipalvelulain piiriin. Eli normaalit tuotantoprosessit eivät aina taivu joko tietämättömyyden tai ymmärtämättömyyden takia. Mikäli tekstitysvaativuudesta ei ole alusta asti huomioitu, saattaa jälkituotantovaiheen työmäärä moninkertaistua. Moni ulkopuolinen toimija toki tuntee jo lain vaatimukset ja saavutettavuus on eriteltynä niin tarjouksissa kuin laskuissakin. Osalla toimijoista saavutettavuus on kiinteä osa kokonaistuotannon kustannuksia, vaikka ylimääräinen työmäärä aina nostaakin kokonaiskustannuksia. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

Ulkopuolisilta tahoilta ostetut videotuotannon palvelut on Omniassa kilpailutettu yhdessä Espoon kaupungin kanssa Espoon toimesta ja neuvottelemalla. Omnia ei siis itse kilpailuta toimijoita vaan käyttää yhdessä valittuja puitetoimittajia. Saavutettavuuteen liittyvät vaatimukset ovat samat molemmilla toimijoilla, joten puitetoimittajien tiedossa on asiakkaan vaatimukset videoiden saavutettavuuden osalta. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

6 Saavutettavuusselosteet

Digipalvelulaki määrää palveluntarjoajan, jota laki koskee, sisällyttämään verkkosivuilleen saavutettavuusselosteen. Siinä on mainittava sisällöt, mitkä eivät täytä lain vaatimuksia ja perustelut poikkeamille. Lisäksi tulee kertoa, mistä käyttäjä saa saavutettavuusvaatimusten piiriin kuulumattoman informaation saavutettavassa muodossa sekä yhteystiedot palautetta varten. Selosteessa tulee myös olla linkki valvontaviranomaisen palautekanavaan kantelua tai selvityspyyntöä varten. (Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta 306/2019, 3:9)

Omnian saavutettavuusseloste löytyy kuntayhtymän etusivun alalaidasta ja siinä on mainittu laissa vaaditut selosteet. Saavutettavuusseloste on laadittu elokuussa 2021 Wunder Oy:n toukokuussa 2021 suorittamaan arviointiin perustuen. Tämän jälkeen verkkosivujen ja siihen linkitettyjen sosiaalisen median kanavien sisältöä on arvioitu säännöllisesti ja pyritty korjaamaan havaittuja puutteita. Saavutettavuusselosteessa olevaan palautekanavaan ei ole tullut palautetta. Toisinaan viestintä saa kyllä palautetta tekstin sisällön vaikeaselkoisuudesta ja byrokraattimaisesta kieliasusta, mutta nämä eivät liity aikasidonnaisen median saavutettavuuden onnistumiskriteereihin. (Korhonen, P., haastattelu 22.3.2023)

7 Yhteenveto

Opinnäytetyössä tarkastelin Omnian viestinnän aikasidonnaista mediaa ja miten sen tekeminen muuttui digipalvelulain myötä. Keskeisiä kohtia tarkastelussa olivat lain aiheuttamat taloudelliset ja resursseihin liittyvät vaikutukset.

Isona toimijana Omnia on kyennyt sopeuttamaan oman viestintänsä noudattamaan erittäin hyvin saavutettavuusvaatimuksia. Ennakointi jo siirtymävaiheen aikana sekä viestinnän prosessien päivittämiset ovat edesauttaneet saavutettavuusvaatimusten onnistumiskriteerien täyttämistä. Myös Omnian kansainvälinen opiskelijakunta ja oma halu brändäytyä helposti saavutettavaksi ja avoimeksi organisaatioksi edesauttoi prosessissa.

Saavutettavuusvaatimukset ovat lisänneet videotuotantoihin käytettyä työmäärää, mutta ei niin paljoa kuin olisi ilman hyvää varautumista. Ajattelutavan muutos, missä viestinnän kohde asetettiin etusijalle, on ollut toimiva ratkaisu. Brändilupaus ”ratkaisuja yhdessä kaikille” sisältää lupauksen huomioida eri ihmisryhmät kaikessa toiminnassa ja koulutusorganisaatiossa, missä työskentelee tuhat työntekijää ja asiakkaita on 40 000 tämä tarkoittaa tarkkaan mietittyjä reunaehtoja kaikelle viestinnälle. Omnian saama vähäinen kritiikki viestinnästä kertoo sen onnistumisesta.

Nämä viestinnän prosessien terävöittämiset ja palvelumuotoilun keinoin asiakaskeskeisyyteen panostaminen voivat olla niitä keinoja, millä alussa mainittujen toimijoiden on mahdollista saada viestintänsä kustannustehokkaasti saavutettavuusvaatimusten mukaiseksi.

Tekoälyn mukaan tuomat mahdollisuudet tulee myös huomioida. Uskon, että isojen sosiaalisen median alustojen välinen kilpailu kiihdyttää teknistä kehitystä, samoin saavutettavuusvaatimusten päivitykset. YouTube ei esimerkiksi vielä osaa muuntaa automaattisesti puhuttua suomen kieltä saavutettaviksi käännösteksteiksi, eikä tue kuvailutulkkauksia, mutta pian molemmat varmasti onnistuvat.

Viime aikoina myös muut kuin lain piiriin kuuluvat toimijat ovat alkaneet julkaista videoissaan ohjelmatekstityksiä, mikä kertoo saavutettavuuden kaupallisesta potentiaalista. Julkisten toimijoidenkin kannattaisi pohtia, miten kustannuserästä tehdään taloudellisesti tuottavaa toimintaa.

Kuvailutulkkaus on aikasidonnaisessa mediassa edelleen harvemmin toteutuva onnistumiskriteeri. Uskon sen kuitenkin yleistyvän tulevaisuudessa. Tähän auttaa tekoälyn ja koneoppimisen kehittyminen, minkä ansiosta kuvailutulkkauksia saadaan yhä useampaan mediaan ja eri alustoille.

Automaattisesti tuotettu kuvailutulkkaus on varmasti aluksi laadutonta, mutta se tulee kehittymään laadukkaampaan suuntaan. Toinen kuvailutulkkauksen yleistymiseen vaikuttava asia on julkinen rahoitus. Jo nyt Suomen elokuväsäätiöllä on elokuvan markkinointi- ja levitystuen ehtona se, että elokuvaan tehdään ohjelmatekstityksen lisäksi kuvailutulkkaus. (Hirvonen, M.) Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että jokainen elokuvateatterilevitykseen tuleva kotimainen elokuva on jatkossa kuvailutulkattu. Elokuville kuvailutulkkauksen saa toimimaan kännykkään asetettavan sovelluksen ja kuulokkeiden avulla. Näin myös näkövammaiset voivat nauttia elokuvateatterissa samasta elokuvakokemuksesta muiden kanssa.

Kaikkien yhteiskunnan tukea saavien mediaa tuottavien ja toiminnassaan käyttävien tahojen tulee tulevaisuudessa ottaa siis kuvailutulkkaus huomioon. Myös sen kaupallinen potentiaali tulee selvittää.

Lähteet

Aluehallintovirasto, Tietoa WCAG-ohjeistuksesta. Viitattu 1.3.2023.

<https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/digipalvelulain-vaatimukset/tietoa-wcag-kriteereista/>

Celia 2023. Saavutettavasti.fi. Videot ja äänitteet -ohjesivusto. Viitattu

25.3.2023. <https://www.saavutettavasti.fi/kuva-ja-aani/videot-ja-aanitteet/>

Espoon seudun koulutuskuntayhtymä Omnia tilinpäätös ja toimintakertomus 2022. Viitattu 23.3.2023.

Hirvonen, M., Saari, B. 2021. Kuvailutulkauksen tila Suomessa -selvitystyö.

Näkövammaisten kulttuuripalvelu ry. Viitattu 24.2.2023.

[https://cms.nkl.fi/sites/default/files/2022-](https://cms.nkl.fi/sites/default/files/2022-02/Selvitysty%C3%B6n%20raportti%209.2-22_1.pdf)

[02/Selvitysty%C3%B6n%20raportti%209.2-22_1.pdf](https://cms.nkl.fi/sites/default/files/2022-02/Selvitysty%C3%B6n%20raportti%209.2-22_1.pdf)

Hirvonen, M. 2020. Saavutettava viestintä: yhteiskunnallista yhdenvertaisuutta

edistämässä. E-kirja BookBeat-kirjapalvelussa. Helsinki: Gaudeamus. Vaatii

kirjautumisen palveluun. Viitattu 15.3.2023.

Kehitysvammaliitto. Papunet-verkkopalvelu. Sosiaalisen median

saavutettavuus. Viitattu 23.2.2023. [https://papunet.net/saavutettavuus/ohjeita-](https://papunet.net/saavutettavuus/ohjeita-ja-oppaita/sosiaalisen-median-saavutettavuus)

[ja-oppaita/sosiaalisen-median-saavutettavuus](https://papunet.net/saavutettavuus/ohjeita-ja-oppaita/sosiaalisen-median-saavutettavuus)

Kehitysvammaliitto. Selkokeskus-verkkopalvelu. Selkokieli videoissa. Viitattu

24.2.2023. <https://selkokeskus.fi/selkokieli/selkokieli-videoissa/>

Kehitysvammaliitto, Virallinen suomenkielinen käännös WCAG 2.1-

ohjeistuksesta. Viitattu 26.2.2023 [https://www.w3.org/Translations/WCAG21-](https://www.w3.org/Translations/WCAG21-fi/#time-based-media)

[fi/#time-based-media](https://www.w3.org/Translations/WCAG21-fi/#time-based-media)

Korhonen, P. 2023. Haastattelu. Espoon seudun koulutuskuntayhtymä Omnian

yhteiskuntasuhdejohtaja. Päivi Korhosta haastatteli 22.3.2023 Juha Hytönen.

Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta 15.3.2019/306

Lounasto, M., Virtanen, A. 2021. Bränditutkimus koulutuskuntayhtymän

äänensävystä Case: Omnia. Opinnäytetyö (AMK). Liiketalouden

koulutusohjelma. Espoo: Laurea-ammattikorkeakoulu. Viitattu 23.3.2023.

<https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2021060714636>

Omnian strategia 2023-2025 – onnistumissuunnitelmamme. Viitattu 23.3.2023.
<https://www.omnia.fi/uutiset/omnian-strategia-vuosille-2023-2025-kestavan-tulevaisuuden-onnistumissuunnitelma>

Tilinpäätös ja toimintakertomus, Espoon seudun koulutuskuntayhtymä Omnia.
17.3.2023.

Älli, S. 2015. Selkeää ja saavutettavaa viestintää: saavutettavuus ja selkokieli verkkopalveluissa. Kehitysvammaliitto ry.
https://papunet.net/sites/default/files/sivut/yksikko/selkeaa_ja_saavutettavaa_viestintaa_verkko.pdf