



Elina Eistelä

Verkkovideoiden saavutettavuus

Videoalan ammattilaisten kokemuksia saavutettavuuden toteutumisesta videotuotannoissa

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Muotoilija

Muotoilun tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

22.4.2024

Tiivistelmä

Tekijä:	Elina Eistelä
Otsikko:	Verkkovideoiden saavutettavuus – Videoalan ammattilaisten kokemuksia saavutettavuuden toteutumisesta videotuotannoissa
Sivumäärä:	25 sivua + 1 liite
Aika:	22.4.2024
Tutkinto:	Muotoilija
Tutkinto-ohjelma:	Muotoilun tutkinto-ohjelma
Suuntautumisvaihtoehto:	Digitaalinen muotoilu
Ohjaaja:	Projektisuunnittelija Jussi Linkola

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kertoa videoiden saavutettavuudesta ja selvittää alan ammattilaisten kokemuksia saavutettavuuden hyödyntämisestä työssään. Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään saavutettavuutta käsitteenä sekä siihen liittyviä säädöksiä ja hyötyjä videotuotannoissa. Tutkimusosuudessa selvitetään haastattelujen avulla, kuinka paljon alan ammattilaisilla on tietoa saavutettavuudesta ja miten sitä voidaan edistää tulevaisuudessa. Tutkimus toteutettiin teemahaastatteluna, johon osallistui neljä videotyön ammattilaista yksityiseltä sektorilta.

Tutkimus osoitti, että saavutettavuus ei ole ensisijainen prioriteetti yksityisellä sektorilla ja sen huomioiminen vaihtelee organisaatioiden ja työtehtävien välillä. Tulevaisuudessa saavutettavuuden merkitys korostuu entisestään videoalalla, ja ammattilaiset ilmaisivat halunsa edistää saavutettavuutta omassa työssään sekä tarpeen lisätä yleistä tietoisuutta aiheesta.

Työ tarjoaa monipuolisesti sekä teoreettisia näkökulmia että käytännön kokemuksia videoiden saavutettavuudesta. Se tarjoaa tietoa sekä pohdittavaa alan ammattilaisille ja voi myös toimia pohjana käytännön toimenpiteille videoiden saavutettavuuden edistämiseksi tulevaisuudessa.

Avainsanat: Saavutettavuus, WCAG, verkkovideot, sisällöntuotanto

Abstract

Author: Elina Eistelä
Title: Accessibility of online videos – Insights from video industry professionals

Number of Pages: 25 pages + 1 appendix
Date: 22 April 2024

Degree: Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme: Design
Specialisation option: Digital Design
Instructor: Jussi Linkola, Project Coordinator

This bachelor's thesis examines how accessible videos can be made and how video professionals consider accessibility in their work. The thesis aims to explain accessibility and the rules and benefits of accessibility in video production.

By conducting interviews with professionals in video production in private companies, the thesis explores their knowledge of accessibility principles and investigates how to make accessibility more common in the future. The study found that accessibility is not the most important aspect for most private companies, and the importance of accessibility can vary depending on the company and the position. However, the professionals interviewed all wanted to make videos more accessible and thought more people should know about it.

This thesis offers theory and real-world experience on video accessibility. It provides valuable information for video professionals and can help them think more about accessibility. It could also be used to develop practical ways to make videos more accessible in the future.

Keywords: Accessibility, WCAG (Web Content Accessibility Guidelines), online videos, content production

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Videosisällöt verkossa	2
2.1	Saavutettavuus hyödyttää kaikkia	3
2.1.1	Visuaalinen saavutettavuus	5
2.1.2	Sisällöllinen saavutettavuus	6
2.1.3	Tekninen saavutettavuus	7
3	Videoiden saavutettavuus	8
3.1	Keinoja videoiden saavutettavuuden parantamiseen	8
3.2	Videoiden tekstitys	10
4	Saavutettavien videoiden edut ja hyödyt	11
4.1	Saavutettavuus hakukoneoptimoinnin tukena	12
4.2	Saavutettavuuden hyödyt digitaalisessa markkinoinnissa	13
5	Tutkimus: Videoalan ammattilaisten kokemuksia saavutettavuuden toteutumisesta videotuotannoissa	14
5.1	Tutkimukseen valitut haastateltavat	15
5.2	Haastateltavien tietämys ja osaaminen saavutettavuudesta	16
5.3	Saavutettavuuden hyödyt ja vaikutukset	18
5.4	Saavutettavuuden huomioiminen ja käytännöt videotyössä	19
5.5	Saavutettavuuden tulevaisuus videotuotannoissa	20
5.6	Haastattelun yhteenveto ja johtopäätökset	22
6	Lopuksi	23
	Lähteet	25
	Liitteet	26
	Haastattelurunko	26

1 Johdanto

Videot ovat vakiinnuttaneet asemansa verkkosisältöjen keskuudessa, ja niiden suuri suosio tarjoaa vaikuttavan keinon viestiä ja välittää tietoa. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kertoa videoiden saavutettavuudesta sekä kartoittaa haastattelujen avulla alan ammattilaisten kokemuksia saavutettavuuden hyödyntämisestä videotyössä. Työ on suunnattu erityisesti sisällöntuottajille, jotka haluavat varmistaa, että heidän tuottamansa videot ovat saavutettavia kaikille käyttäjille. Kokonaisuudessaan tämä opinnäytetyö pyrkii lisäämään ymmärrystä videoiden saavutettavuudesta ja tarjoamaan konkreettisia työkaluja saavutettavuuden parantamiseksi.

Opinnäytteen aiheeseen ja tutkimusongelman muotoiluun inspiroi aiempi työkokemukseni media-alan videotoimittajana. Ammattikorkeakouluopintojeni alkaessa digitaalisen muotoilun parissa perehdyin saavutettavuuden käsitteeseen ja sen merkitykseen digitaalisissa sisällöissä. Tämä herätti minussa kiinnostuksen siitä, miten videoiden saavutettavuutta voitaisiin parantaa ja kuinka sitä hyödyntämällä voisi vaikuttaa käyttäjäkokemukseen ja sisällön tehokkuuteen. Huomatvani, että keskustelua videoiden saavutettavuudesta käydään enimmäkseen vain julkisella sektorilla, halusin pyrkiä tuomaan esiin saavutettavuuden tärkeyttä ja tarjota käytännön näkökulmia sen parantamiseen myös yksityisellä sektorilla.

Opinnäytteen teoriaosuudessa perehdytään saavutettavuuden määritelmiin ja periaatteisiin, saavutettavuuden kansainväliseen WCAG-ohjeistukseen sekä saavutettavuutta ohjaavaan lainsäädäntöön. Teoriaosuuden lähteinä hyödynnetään kirjallisuutta, saavutettavuusohjeistoa ja verkkoartikkeleita. Työn tietopohja on koostettu tarjoamaan videoiden tekijöille konkreettisia vinkkejä ja ohjeita saavutettavuuden parantamiseksi omassa työssään.

Toisessa luvussa tarkastelen videosisältöjen merkitystä verkossa ja kuinka saavutettavuus voi hyödyttää kaikkia käyttäjiä. Käsittelen visuaalista, sisällöllistä ja

teknistä saavutettavuutta sekä niiden merkitystä videoiden käytettävyyden kannalta. Kolmannessa luvussa syvennyn tarkastelemaan keinoja, joilla videoiden saavutettavuutta voidaan parantaa. Käyn läpi erilaisia ratkaisuja ja käytäntöjä, joilla varmistetaan, että videot ovat mahdollisimman saavutettavia eri käyttäjäryhmille. Neljännessä luvussa tarkastelen saavutettavien videoiden etuja ja hyötyjä erityisesti hakukoneoptimoinnin ja digitaalisen markkinoinnin näkökulmista. Viidennessä luvussa esitän tutkimustuloksia videoalan ammattilaisten kokemuk- sista saavutettavuuden toteutumisesta videotuotannoissa. Analysoin saatuja tu- loksia ja pohdin, miten saavutettavuutta voitaisiin parantaa käytännön työssä.

Opinnäytteen tutkimusosuuden avulla kartoitetaan, miten videotuotannon am- mattilaiset nykyisin hyödyntävät saavutettavuutta ja miten paljon heillä on siitä ennalta tietoa opinnäytteen tietopohjaan peilaten. Hypoteesina on, että saavu- tettavuuden hyödyntäminen osana videotuotantoja voi tuoda merkittävää kilpai- luetua liiketoiminnassa, mutta sitä ei välttämättä osata tai ymmärretä hyödyntää riittävästi yksityisellä sektorilla. Videon tekijöiden tietämys saavutettavuudesta on olennainen osa, kun pyritään lisäämään videosisältöjen käytettävyyttä ja saavutettavuutta verkossa.

2 Videosisällöt verkossa

Videoita katsotaan maailmassa valtava määrä päivittäin, ja määrä kasvaa edel- leen teknologian kehittyessä ja ihmisten kuluttaessa yhä enemmän sisältöä verkkopalveluissa. Video on suosituin sisältö verkossa, ja Ciscon arvioiden mu- kaan vuonna 2022 sen osuus kaikesta verkkoliikenteestä olisi ollut 82 prosent- tia. Yleisön tavoittamiseksi videosisällöt ovat välttämättömiä yrityksille, markki- noinnin ammattilaisille, sisällöntuottajille ja kaikille asiaan liittyvillä aloilla. Vide- oisällöissä on kuitenkin merkittävä ongelma: sisällöntuottajat eivät tee videois- taan saavutettavia, jonka seurauksena menettävät suuria yleisömääriä. (Adobe 2021.)

Suuri osa videoiden katselusta tapahtuu mobiililaitteilla, kuten älypuhelimilla, mikä lisää entisestään videoiden katselun määrää helppoutensa vuoksi. Verkko videot ovat yhä tärkeämpi osa ihmisten jokapäiväistä elämää, ja ne kilpailevat perinteisen television kanssa. Kehittyneet teknologiat ja laajakaistaverkot ovat tehneet videoiden katsomisesta mobiililaitteilla suosituimman tavan katsoa videosisältöä. (Ceci 2022.)

YouTuben ja sosiaalisen median videot ovat tällä hetkellä suosituimpia mobiililaitteilla katsottuja videosisältöjä ympäri maailman. YouTube ilmoitti vuonna 2022, että heillä on yli 2 miljardia kuukausittaista aktiivista käyttäjää, jotka katsovat yhteensä yli miljardi tuntia videoita päivässä. Muita suosittuja videoita tarjoavia alustoja ovat esimerkiksi TikTok, Instagram, Netflix ja Twitch. (Ceci 2022.)

2.1 Saavutettavuus hyödyttää kaikkia

Verkkopalveluiden saavutettavuudella tarkoitetaan sitä, että digitaaliset palvelut on suunniteltu ja toteutettu niin, että kaikki käyttäjät voivat käyttää niitä helposti ja esteettömästi, huolimatta mahdollisista toimintarajoitteista. Toimintarajoite voi olla joko pysyvä tai tilapäinen, ja sen aste voi olla vaihteleva. Verkkopalveluiden saavutettavuus on tärkeää, jotta kaikki voivat hyödyntää digitaalisia palveluita tasapuolisesti ja yhdenvertaisesti. Vastuu sisällön ymmärrettävistä esittämisestä on aina julkaisijalla. (Selovuo 2019, 13–15.)

Saavutettavuus koskee yhtä lailla kuulo- ja näköaistia, motorisia toimintoja sekä kognitiivisia vaikeuksia, jotka voivat liittyä havainnointiin, keskittymiskykyyn ja ymmärtämiseen. Tilastojen mukaan saavutettavalla sisällöllä voidaan auttaa jopa 1,5–2,5 miljoonaa ihmistä pelkästään Suomessa, kun otetaan huomioon kaikki saavutettavuuden osa-alueiden kohderyhmät. (Selovuo 2019, 15.) Lisäksi esimerkiksi väestön ikääntyminen johtaa siihen, että saavutettavuutta tarvitseva asiakaskunta vain kasvaa entisestään, sillä ikä tuo mukanaan erilaisia rasitteita meille kaikille. (Nielsen 2000, 298.)

Digitalisaatio on tuonut monia palveluita helposti saataville verkon välityksellä. Kaikki eivät kuitenkaan ole yhtä kykeneviä käyttämään näitä digitaalisia palveluita, mikä johtaa eriarvoisuuteen. Eriarvoisuuden torjumiseksi on laadittu EU-direktiivi, jonka tarkoituksena on varmistaa, että julkisen sektorin verkkopalvelut ja mobiilisovellukset ovat saavutettavia kaikille käyttäjille tasavertaisesti. Saavutettavien palveluiden tarjoamiseen vaikuttavat tämän lain lisäksi yhdenvertaisuutta ja tasa-arvoa koskevat säännökset. (Selovuo 2019, 17–20.)

Saavutettavuuden toteutuminen on yhdistelmä sisällöntuotantoa ja tekniikkaa. Lain asettamat vaatimukset perustuvat kansainväliseen WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) -ohjeistoon, joka asettaa saavutettavuudelle kolme eri tavoitetasoa: A, AA ja AAA. Suomen lainsäädäntö velvoittaa julkisen sektorin verkkopalveluiden noudattamaan saavutettavuusohjeita, jotka täyttävät WCAG 2.1 AA -tason saavutettavuusvaatimukset. AA-tason saavuttaminen on kohtuullisella työmäärällä toteutettavissa useimmissa tilanteissa. (Selovuo 2019, 23.) WCAG-ohjeistus ei kuitenkaan ota kantaa sisältöjen ymmärrettävyyteen tai käytettävyyteen, jotka ovat myös tärkeitä seikkoja saavutettavuudessa kokonaisuutena (Celia i.a.). Saavutettavuus ja käytettävyys kulkevatkin usein käsi kädessä, sillä saavutettavuus poistaa käytön esteitä (Torikka 2021). Käytettävyydellä tarkoitetaan palvelun käytön helppoutta ja käyttäjäystävällisyyttä. Hyvän käytettävyyden ansiosta käyttäjä löytää tarvitsemansa toiminnot helposti ja käyttö on selkeää. Käytettävyys huomioi käyttäjän tarpeet ja pyrkii mahdollistamaan palvelun vaivattoman käytön. Saavutettavuus tulisi siis ymmärtää periaatteena, jonka mukaan sisältöä tuotetaan auttamaan käyttäjää ja parantamaan käyttökokemusta. (Nielsen 2012, 10–13.)

Vaikka laki ei tällä hetkellä velvoita yksityisen sektorin verkkopalveluita noudattamaan samanlaisia saavutettavuusstandardeja kuin julkisen sektorin palveluiden, on silti hyvä huomioida saavutettavuus myös yksityisellä sektorilla (Torikka 2021). Tämän opinnäytteen tarkoituksena ei ole käsitellä videoiden saavutettavuuden toteutumista lain näkökulmasta, mutta se on kuitenkin tärkeä seikka ottaa huomioon sisältöjen toteutuksessa. Hyvä saavutettavuus nimittäin parantaa palvelun käytettävyyttä ja esteettömyyttä ihan kaikille käyttäjille, mikä

lisää palvelun käyttäjämääriä ja hakukonenäkyvyyttä. Lisäksi hyvä saavutettavuus on osa yleistä vastuullisuutta ja moraalinen velvollisuus. Yritys, joka huomioi kaikki käyttäjät, osoittaa, että välittää asiakkaistaan ja haluaa tarjota palveluitaan yhdenvertaisesti ja oikeudenmukaisesti laajalle joukolle potentiaalisia asiakkaita. (Selovuo 2019, 6.)

Sisällöntuottajan velvollisuus on ottaa mukaan mahdollisimman monta saavutettavuutta parantavaa yksityiskohtaa, vaikkei saavutettavuutta voitaisikaan täysin maksimoida. Puutteellinen suunnittelu eroaa täydellisestä piittaamattomuudesta, sillä monet saavutettavuutta parantavat yksityiskohdat ovat varsin helppoja toteuttaa. (Nielsen 2000, 311.)

WCAG jakaa saavutettavuuden tavoitteet neljään periaatteeseen, jotka ovat havaittavuus, hallittavuus, ymmärrettävyys ja toimintavarmuus. Ohjeistossa jokaisella tasolla on omat vaatimukset näiden periaatteiden toteutumisesta. (Selovuo 2019, 25.) Soveltamalla WCAG-kriteeristöä, voidaan verkkovideoiden hyvä saavutettavuus jakaa karkeasti kolmeen osa-alueeseen, jotka ovat visuaalinen saavutettavuus, sisällöllinen saavutettavuus ja tekninen saavutettavuus. (Von Koskull i.a.)

2.1.1 Visuaalinen saavutettavuus

Helposti hahmotettavalla sisällöllä voidaan varmistaa, että käyttäjien on helppo kuulla ja nähdä sisältö (Selovuo 2019, 65). Visuaalisella saavutettavuudella varmistetaan, että visuaalisten sisältöjen toteutuksessa on huomioitu myös vaihtoehtoinen esitystapa esimerkiksi näkövammaisille käyttäjille. Videoiden, joissa ääni on osa informaatiota, sisältö tulee esittää lisäksi vaihtoehtoisella tavalla kuvin ja tekstein. (Torikka 2021.)

Voimakkaan kuviolliset taustat vaikeuttavat tekstien lukemista ja kuvan hahmotamista, jotka ovat häiritseviä seikkoja hyvin näkevillekin henkilölle. Heikonäköisten käyttäjien huomioiminen edellyttää, että teksteissä käytetty kirjainkoko on riittävän suuri. (Nielsen 2000, 302–303.)

Värien käytössä tulee ottaa huomioon sisällön erottuvuus taustastaan. Tekstin ja taustan värien kontrastisuhteen on oltava vähintään 4,5:1. Eri kokoisille teksteille on asetettu erilaiset kontrastivaatimukset. Liian räikeät värit tai puhtaan valkoisen ja mustan välinen kontrasti voivat haitata joitakin käyttäjiä sekä estää hahmottamista ja keskittymistä sisältöön. (Selovuo 2019, 62–66.)

Värien käytössä kannattaa myös huomioida puna-vihervärisokeus, jossa henkilö havaitsee punaisen ja vihreän värin lähes samalla tavoin. Kaikki sisällöt kannattaakin tarkistuttaa värisokealla henkilöllä, tai käydä itse läpi harmaansävynäytöllä, sillä osa väriyhdistelmistä on värisokeille mahdottomia lukea. Puna-vihervärisokeus on värisokeuden eri tyypeistä yleisin. (Nielsen 2000, 311.)

Mikään sisältö ei myöskään saa vilkkua tai välähtää kuin enintään kolmesti sekunnin aikana. Välähdyksellä tarkoitetaan kirkkauden nopeaa muutosta. Liiallisesti käytetyt efektit voivat viedä katsojan huomion pois olennaisesta sisällöstä tai aiheuttaa jopa fyysisiä pahoinvointioireita. (Selovuo 2019, 76.)

2.1.2 Sisällöllinen saavutettavuus

Sisällöllinen saavutettavuus liittyy sisällön ymmärrettävyyteen. Kaikille kuva- ja videomuodossa esitetyille sisällölle on oltava vastaava sisältö luettavissa tekstinä. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi tekstivastinetta erillisenä tiedostona tai videon tekstitystä ääniraidan lisäksi. Myös selkeällä ja videosisältöä kuvaavalla otsikoinnilla on suuri merkitys sisällön hahmottamiselle. Monet käyttäjät kiinnittävätkin huomionsa ensimmäisenä otsikointiin ja vasta sitten varsinaiseen sisältöön. Hyvä otsikointi on hyödyllistä myös hakukoneoptimoinnin kannalta. (Selovuo 2019, 47; Aluehallintovirasto i.a.)

Videotiedostojen vaihtoehtoinen sisältö vaihtelee toimintaesteen laadun mukaan. Vaihtoehtoinen sisältö on useimmiten kirjoitettua tekstiä, joka voidaan lukea ääneen ruudunlukuohjelmalla tai muuttaa esimerkiksi pistekirjoitukseksi tai toiselle kielelle. Videot voidaan tulkata myös erillisenä ääniraitana, kuvailemalla tapahtumat ja sisältö siten, että videon sisältö välittyy myös sokeille käyttäjille.

Selkein keino toteuttaa kuuroille saavutettavaa sisältöä on lisätä videoihin viittomakielinen tulkkaus, jota edellytetään tosin vasta AAA-tasolla. Lähtökohtana kuitenkin on, että sama informaatio on jokaisen käyttäjän saatavilla mahdollisista rajoitteista huolimatta. (Aluehallintovirasto i.a.)

Sisällön ymmärtämistä voidaan helpottaa jakamalla sisältö riittävän pieniin kokonaisuuksiin, jotka ovat helposti ymmärrettävissä ja muistettavissa. Ymmärtämistä voidaan avustaa myös esimerkiksi sisällön yhteenvedolla, esittämällä ohessa selittäviä kuvia ja symboleita tai toteuttamalla sisällöstä selkokielinen versio. (Aluehallintovirasto i.a.)

Tekstisisältö tulisi pyrkiä kirjoittamaan aina ymmärrettävällä kielellä ilman erikoistermejä. Esimerkiksi ammattisanasto, abstraktit ilmaisut, pitkät virkkeet tai lauseenvastikkeiden käyttäminen voivat vaikeuttaa tekstin ymmärtämistä. Myös puheessa asiat tulisi ilmaista selkeästi ja lyhyesti. Selkeällä kielellä autetaan monia käyttäjäryhmiä ymmärtämään sisältö oikein. (Selovuo 2019, 48; Celia i.a.)

Käyttäjälle on tarjottava riittävästi aikaa sisällön lukemiseen ja hahmottamiseen. Mikäli sivulla toistetaan liikkuvaa sisältöä tai ääntä automaattisesti yli kolmen sekunnin ajan, on käyttäjällä oltava mahdollisuus sisällön keskeyttämiseen tai pysäyttämiseen. (Selovuo 2019, 66; Aluehallintovirasto i.a.)

2.1.3 Tekninen saavutettavuus

Teknisellä saavutettavuudella varmistetaan, että sisältö toimii myös avustavien laitteiden, kuten ruudunlukijan kanssa (Torikka 2021). Yksi tärkeimmistä hallittavuuden tekijöistä on se, että toiminnot tulisi pystyä suorittamaan pelkkää näppäimistöä käyttämällä (Selovuo 2019, 69).

Videosoitimen elementtien tulee olla riittävän suuret, riittävän etäällä toisistaan ja riittävän helposti havaittavia. Myös elementtien sijoittelulla on merkitystä. Käyttäjät, joille hiiren tai kosketusnäytön käyttö on vaikeaa tai jotka eivät näe, käyttävät sisällössä liikkumiseen näppäimistöä. Esimerkiksi sokeiden käyttämät

ruudunlukuohjelmat mahdollistavat siirtymisen näppäinkomennoilla. Sokeille käyttäjille sivun selkeä rakenne ja navigointi ovat tärkeitä, minkä vuoksi esimerkiksi videon tekstivastineen tulisi olla helposti löydettävissä ruudunlukuohjelmalla. (Aluehallintovirasto i.a.) Jos videokuvaan sisällytetään jotakin tekstiä tai symboleita, on muistettava, etteivät ne ole ruudunlukulaitteilla saavutettavissa ilman erillistä tekstitiedostoa. Pelkästään kuvituskäyttöön tarkoitettut ei-informaatiiviset kuvat eivät kuitenkaan tarvitse tekstivastinetta. (Adobe 2021.)

Videon hyödyntäminen verkkosivuilla lisää sivun latautumiseen tarvittavaa aikaa ja ladattavan tiedon määrää vaikuttaen epäedullisesti sivuston suorituskykyyn. Suorituskyky vaikuttaa sivuston sijoittumiseen hakukoneissa sekä käyttäjien yleiseen käyttökokemukseen. Turhan isoja videotiedostoja kannattaa siis välttää. (Selovuo 2019, 56.)

3 Videoiden saavutettavuus

Videoiden saavutettavuus tarkoittaa sitä, että video sisältää tarvittavat elementit, jotta se on ymmärrettävissä kaikille katsojille, myös niille, joilla on erilaisia rajoitteita, kuten kuulo- tai näkövamma. Esimerkiksi tekstimuotoiset ääniselitteet, tekstitykset ja tekstivastine ovat keinoja, joilla videoita voidaan tehdä saavutettaviksi. (Aluehallintovirasto i.a.)

Videot ovat erittäin tärkeitä saavutettavuuden kannalta, koska ne tarjoavat monipuolisia tapoja oppia ja saada tietoa. Joillekin ihmisille sopii paremmin visuaalinen esitystapa kuin tekstin lukeminen. Videot voivat myös olla hyödyllisiä henkilöille, joilla on luki- tai oppimisvaikeuksia. (Celia i.a.)

3.1 Keinoja videoiden saavutettavuuden parantamiseen

Hyödyntämällä verkkosisältöjen saavutettavuusohjeita (WCAG 2.2) voidaan koostaa yksinkertainen listaus tavoista, joiden avulla parantaa videosisältöjen saavutettavuutta:

- **Tekstitys:** Tekstityksen lisääminen auttaa kuulovammaisia, ja muita henkilöitä, jotka eivät voi kuulla videon ääntä syystä tai toisesta. Tekstityksestä on hyötyä myös esimerkiksi silloin, kun videota katsotaan meluisassa ympäristössä, kuten julkisissa kulkuneuvoissa.
- **Kuvailutulkkaus:** Kuvailutulkkaus tarkoittaa visuaalisen informaation kielellistä kuvailua. Se auttaa näkövammaisia saamaan tietoa siitä, mitä videolla tapahtuu. Kuvailutulkkaus on erityisen tärkeä silloin, kun videossa on paljon visuaalista informaatiota, kuten animaatioita tai grafiikkaa.
- **Selkeä puhe:** Käytettävällä selkeää ja hidaspuheista ääninäyttelijää tai puhujaa kaikki voivat ymmärtää, mitä videolla sanotaan. Videoilla tulisi välttää puheen liian nopeaa rytmiä ja liiallista taustamelua.
- **Kontrastit:** Videon eri elementtien välillä käytettävät selkeät kontrastit auttavat erottamaan ne helpommin toisistaan. Esimerkiksi vaalean tekstin käyttö tummalla taustalla tai tumman tekstin käyttö vaalealla taustalla helpottaa erityisesti näkövammaisia käyttäjiä. Lisäksi punavihervärisokeus on hyvä ottaa huomioon värien valinnassa.
- **Lisätiedon tarjoaminen:** Lisätiedon tarjoaminen videon sisällöstä teksti- tai äänimuodossa auttaa kaikkia katsojia ymmärtämään videon sisällön paremmin. Lisätiedot voivat olla erityisen hyödyllisiä esimerkiksi tilanteissa, joissa videossa käsitellään monimutkaisia aiheita.
- **Saavutettava videosoitin:** Käyttäjillä tulee olla mahdollisuus ohjata videon toistoa. Tämä voi auttaa henkilöitä, joilla on toimintarajoitteita tai jotka tarvitsevat lisää aikaa ymmärtääkseen videon sisällön. Soittimen tulee toimia näppäimistöllä sekä ruudunlukuohjelmilla.
- **Testaus:** Videosisältöjen saavutettavuuden testaaminen kohderyhmällä ennen sen julkaisua auttaa varmistamaan, että kaikki saavutettavuuden kannalta tärkeät elementit toimivat oikein.

Saavutettavuuden huomioiminen jo heti suunnitteluvaiheessa auttaa varmistamaan, että videon julkaisu täyttää lain määräämät saavutettavuusvaatimukset ja että se on mahdollisimman monen katsojan saavutettavissa. Saavutettavuus olisi hyvä huomioida osana suunnittelukokonaisuutta, jotta se kulkisi luontevasti mukana koko prosessin ajan. (Torikka 2021.)

Myös jo olemassa olevien sisältöjen saavutettavuuden arvioiminen ja parantaminen on mahdollista. Saavutettavuus- ja käytettävyyssauditoinnin avulla voidaan arvioida verkkopalvelun sisältöjen nykyistä tilaa saavutettavuuden ja käy-

tettävyyden suhteen. Auditoinnin tarkoituksena on kartoittaa, miten verkkopalvelu huomioi saavutettavuuden ja käytettävyyden tällä hetkellä ja millaisia muutoksia tarvitaan näiden parantamiseksi. (Torikka 2021.)

Kunnollinen saavutettavuusauditointi edellyttää automatisoitujen ohjelmien lisäksi ihmisen tekemää kartoitusta. Ohjelmat osaavat esimerkiksi selvittää sen, onko kuville annettu vaaditunlainen tekstivastine, mutta ne eivät kykene arvioimaan sitä, onko teksti laadukas tai riittävän tarkka. Vaikka automaattiset saavutettavuuden tarkastusohjelmat voivat auttaa löytämään joitain saavutettavuusongelmia, ne eivät pysty arvioimaan saavutettavuuden kokonaisuutta. Ihmisen tekemä tarkistus on tarpeen arvioimaan saavutettavuutta kokonaisuudessaan ja varmistamaan, että kaikki tarvittavat saavutettavuuskriteerit on täytetty. (Celia i.a.) Parhaimmassa tapauksessa saavutettavuustestauksiin voidaan ottaa mukaan erityisryhmien edustajia, mutta erilaisten erityistarpeiden runsauden vuoksi tällaisten testien toteuttaminen on kannattavaa vain erityisryhmille kohdenne- tulle sisällölle (Nielsen 2000, 311).

Digipalvelulaki ei kiellä sisältöjen julkaisua tai pakota sisältöjen poistamista verkosta saavutettavuusvaatimusten vuoksi, eli kohtuuttoman rasisitteen perusteella joitakin videoita voidaan jättää saavutettavuusvaatimusten ulkopuolelle tilapäisesti. Tietyiltä osin saavutettavuusvaatimuksista voidaan siis poiketa, mikäli vaatimusten toteutus aiheuttaisi organisaatiolle kohtuutonta haittaa. (Selovuo 2019, 21–22.) Jos esimerkiksi organisaation kaikkien videoiden tekstittäminen tulisi kohtuuttoman raskaaksi, on silloin syytä miettiä, mitkä sisällöt ovat erityisen tärkeitä juuri rajoitteista kärsiville henkilöille, ja toteuttaa silloin ainakin ne saavutettaviksi. Lähtökohtana tulisi kuitenkin aina olla, että kaikki verkossa julkaistu videomateriaali olisi saavutettavuusvaatimusten mukaista. (Aluehallintovirasto i.a.)

3.2 Videoiden tekstitys

Videoiden saavutettavuuden kannalta tekstitys on olennaisessa asemassa. Se tarkoittaa, että videot on tekstitettävä WCAG-kriteeristön mukaisesti, ellei

kaikkia videon sisältämiä tietoja ole annettu erillisenä tekstiversiona samaisella verkkosivustolla. (Aluehallintovirasto i.a.)

Esimerkiksi noin 750 000 suomalaisella on jonkinasteinen kuulonalenema, ja usein he tarvitsevat tekstityksen saadakseen videon äänisisällöstä selvää. Tekstitykset ovat siis tärkeitä erityisesti kuuroille ja huonokuuloisille ihmisille, mutta niistä voi olla hyötyä ihan jokaiselle. Esimerkiksi tilanteissa, joissa äänenlaatu on huono tai taustamelu vaikeuttaa kuulemista, tekstitykset mahdollistavat videon katsomisen myös ilman ääntä. (Aluehallintovirasto i.a.)

Kaikista ääntä sisältävistä tiedostoista pitää olla olemassa myös tekstiversio kuulovammaisten tarpeita silmällä pitäen. Tekstityksestä hyötyvät myös ne käyttäjät, jotka eivät puhu videolla käytettyä kieltä äidinkielenään tai joilla ei ole käytössä äänentoistolaitteita. (Nielsen 2000, 154–155.)

Saavutettavuusvaatimukset eivät määrää tekstitystekniikkaa, eli sisällöntuottaja voi itse päättää, käyttääkö ns. open captions -tekniikkaa, jolloin tekstitys on koko ajan näkyvissä, vaiko closed captions -tekniikkaa, jolloin katsoja voi itse valita, onko tekstitys näkyvissä vai ei. Tekstitysten tulee sisältää kaikki puhutut sanat ja muut tärkeät äänet, jotka eivät näy videossa, kuten oviin koputukset tai puhelimen soinnit. Tekstitysten tulee olla selkeitä ja ytimekkäitä, ja niiden tulee seurata puhuttuja sanoja ja muuta asiaankuuluvaa ääntä. (Celia i.a.)

4 Saavutettavien videoiden edut ja hyödyt

Kaikilla ihmisillä tulisi olla yhtäläinen mahdollisuus hyödyntää videosisältöjä riippumatta heidän kyvyistään tai teknisestä laitteistostaan. Saavutettavuuden huomioiminen videoiden teossa mahdollistaa videoiden hyödyntämisen myös heille, joille se muutoin olisi vaikeaa tai jopa mahdotonta. (Torikka 2021.) Selovuon (2019, 13–20) ja Torikan (2021) mukaan saavutettavuuden hyödyntäminen tarjoaa myös yksityisellä sektorilla monia hyötyjä, kuten:

- Laajempi käyttäjäkunta: Kun digitaaliset sisällöt ovat saavutettavia, ne ovat käytettävissä suuremmalle yleisölle, mukaan lukien vammainen henkilöt ja vanhukset.
- Parempi käyttäjäkokemus: Saavutettavuus auttaa kaikkia käyttäjiä navigoimaan digitaalisissa palveluissa helpommin ja nopeammin, mikä parantaa käyttäjäkokemusta kaikille.
- Yhdenvertaisuus ja lainsäädäntö: Monet maat ovat ottaneet käyttöön saavutettavuusstandardeja ja vaatimuksia, joiden mukaan julkisten organisaatioiden ja yritysten on varmistettava, että digitaaliset palvelut ovat saavutettavia kaikille. Yksityisellä sektorilla saavutettavien sisältöjen tarjoaminen heijastaa organisaation arvomaailmaa, joka painottaa yhdenvertaisuutta ja kaikkien asiakkaiden tasavertaista kohtelua.
- Parannettu hakukonenäkyvyys: Saavutettavuus parantaa myös hakukoneiden optimointia, koska saavutettavat verkkoalustat ja sisällöt ovat helpommin indeksoitavissa ja ymmärrettävissä hakukoneiden algoritmeille.
- Taloudelliset hyödyt: Saavutettavuus auttaa yrityksiä tavoittamaan laajemman kohdeyleisön ja kasvattamaan liiketoimintaansa, mikä voi johtaa suurempaan tuottoon.

Saavutettavuus on siis esteettömyyttä digitaalisessa maailmassa. Saavutettavuus varmistaa, että palvelut ovat käyttäjälähtöisiä ja huomioivat erilaisten ihmisten tarpeet. Saavutettavuus on vastuullisuutta ja hyödyttää kaikkia käyttäjiä, ei vain erityisryhmiä. Se tekee käyttökokemuksesta sujuvaa ja miellyttävää ihan jokaiselle ja tuo monia etuja, jotka auttavat sisällöntuottajia tarjoamaan videosisältöjä kaikille käyttäjille tasapuolisesti. (Torikka 2021.)

4.1 Saavutettavuus hakukoneoptimoinnin tukena

Useat sisältöjen saavutettavuuden parantamiseen käytetyt tekniikat ovat samoja, jotka edistävät myös sisältöjen löytymistä hakukoneissa (Selovuo 2019, 16). Kun videot on tuotettu saavutettavasti, ne ovat helpommin indeksoitavissa hakukoneissa, koska niiden transkriptio, tekstitys ja kuvailutulkkaukset auttavat hakukoneita ymmärtämään videoiden sisältöä paremmin. Saavutettavat videot myös houkuttelevat laajempaa yleisöä, jolloin ne voivat kasvattaa katsojamääriä ja parantaa videoiden näkyvyyttä. (Litsa 2016.)

Transkription eli äänikuvailun avulla voidaan hyödyntää myös sellaisia relevantteja avainsanoja, jotka eivät välttämättä näy itse videossa, mutta jotka ovat tärkeitä hakukoneoptimoinnin kannalta. Transkriptiossa voi käyttää esimerkiksi sellaisia avainsanoja, jotka kuvastavat videolla käytettyä musiikkimaailmaa tai äänitehosteita. (Litsa 2016.)

Lisäksi saavutettavuus voi auttaa parantamaan videoiden käyttäjäkokemusta ja sitoutumista, mikä voi johtaa parempaan näkyvyyteen ja korkeampaan sijoitukseen hakukoneissa. Kun käyttäjät löytävät helposti ja nopeasti sen, mitä he etsivät videon sisällöstä, he todennäköisemmin katsovat videon loppuun saakka ja jakavat sen muiden kanssa. (Litsa 2016.) Saavutettavan sisällön toteuttaminen on siis kannattavaa, vaikkei sivustolla vierailisikaan henkilöitä, jotka erityisesti tarvitsisivat saavutettavaa toteutusta (Selovuo 2019, 16).

Yhteenvetona voidaan todeta, että saavutettavuus on merkittävä osa videoiden hakukoneoptimointia, koska se parantaa videoiden indeksoitavuutta, kasvattaa käyttäjämääriä, auttaa löytämään relevantteja avainsanoja ja parantaa käyttäjäkokemusta. (Litsa 2016.)

4.2 Saavutettavuuden hyödyt digitaalisessa markkinoinnissa

Saavutettavuus on tärkeää digitaalisessa markkinoinnissa, koska noin 16 prosenttia maailman väestöstä, eli noin 1,3 miljardia ihmistä, kärsii jostakin merkittävästä vammasta tai rajoitteesta. (World Health Organization 2023.) Sisältöjen toteuttaminen saavutettavasti auttaa muuttamaan vammaiskeskustelut keskittymään yleiseen inklusiivisuuteen lakisääteisten vaatimusten sijaan. Markkinoijat voivat lisätä sisältönsä saavutettavuutta monilla eri tavoilla, jotta ne olisivat mahdollisimman useiden erilaisten käyttäjien saatavilla. (Adobe 2021.)

Saavutettavuuden toteutumattomuus voi sulkea pois ostajia ja etäännyttää potentiaalisia asiakkaita, mukaan lukien myös vammattomat henkilöt, jotka saattavat nähdä saavuttamattoman markkinoinnin negatiivisena indikaattorina yrityksen arvomaailmassa. Vaikka markkinointistrategiat olisivat muuten tehokkaita, saavutettavuuden puute voi karsia tiettyjä ostajaryhmiä. (Glorioso 2022.)

5 Tutkimus: Videoalan ammattilaisten kokemuksia saavutettavuuden toteutumisesta videotuotannoissa

Tutkimuksessani keskityn videoalan ammattilaisten omakohtaisiin kokemuksiin saavutettavuuden hyödyntämisestä ja sen vaikutuksista heidän työhönsä. Valitsin laadullisen tutkimuksen, koska se mahdollisti pienen vastaajajoukon tarkastelun, jonka avulla voisin luoda esimerkinomaisen kuvan alan ammattilaisten näkemyksistä ja kokemuksista yksityisellä sektorilla saavutettavuuteen liittyen. Haastattelut ovat laadullisessa tutkimuksessa käytetyimpiä tiedonkeruumuotoja ja tarjoavat syvällistä ymmärrystä aiheesta (Hirsjärvi & Hurme 2001, 34).

Aineistonhankintamenetelmäksi valitsin puolistrukturoidut teemahaastattelut. Tämä menetelmä tarjosi joustavuutta, sillä haastattelukysymyksiä voitiin syventää ja tarkentaa vastausten mukaan. Teemahaastattelulle on tyypillistä, että haastattelun aihepiirit ovat ennalta tiedossa, mutta kysymysten tarkka muoto ja järjestys puuttuvat. Teemahaastattelu vastaa hyvin kvalitatiivisen tutkimuksen lähtökohtia ja tuo haastateltavien äänen kuuluviin. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 47–48.) Kaikkien haastattelujen runko oli siis samanlainen, mutta itse haastattelujen kulku ja syvyys vaihtelivat haastateltavien vastausten perusteella.

Teemahaastattelu tarjosi mahdollisuuden tutkia yksilön subjektiivisia kokemuksia ja mielipiteitä. Valitsin tämän menetelmän, koska halusin syventää ymmärrystä vähän tutkitusta aihealueesta ja saada perusteluja mielipiteille. Vaikka haastattelun luotettavuutta saattaa heikentää haastateltavien pieni määrä, se mahdollisti kuitenkin riittävän syvällisen tiedonkeruun ja monipuolisen näkökulman saamisen tutkimusaiheeseen. Teemahaastattelu oli siis optimaalinen valinta tutkimukseni tarpeisiin.

Kaikki haastattelut toteutettiin yksilöhaastatteluina Zoom-videoyhteyden avulla. Ennen haastattelua haastateltaville kerrottiin tutkimuksen tarkoituksesta ja GDPR:n mukaisesta tietosuojasta. Haastateltavilta pyydettiin kirjallinen suostumus tutkimukseen osallistumisesta sekä erillinen suostumus nauhoituksen tekemiseen haastattelun aikana. Haastattelutilanteissa painotettiin avoimuutta ja

kannustettiin haastateltavia esittämään kysymyksiä. Videotallenteiden avulla varmistettiin haastattelujen tarkka dokumentointi analysoinnin tueksi.

Ensimmäinen lähestymisvaihe kerättyyn aineistoon oli haastattelujen litterointi eli muuntaminen puheesta tekstiksi. Samalla aineistosta poistettiin haastateltavien tunnistetiedot eli kaikki vastaukset anonymisoitiin. Litteroinnin avulla aineistomassa muuntui helpommin hallittavaan muotoon ja aineistoa sai rajattua tutkimusongelmaan vastaamisen edellyttämällä tavalla. Litteraatiossa tutkijan tehtävänä on tehdä valintoja sen suhteen, mikä on tutkimuksen kannalta relevanttia tietoa, ja tulkita aineistoa. (Ruusuvuori & Nikander & Hyvärinen 2010, 13, 427.) Koska aineisto oli laaja, tekstiksi purettiin vain tutkimusongelman kannalta olennaiset osat.

5.1 Tutkimukseen valitut haastateltavat

Tutkimukseen mukaan valitut haastateltavat edustavat erilaisia rooleja ja vastuualueita videotuotannon alalla. Haastateltava 1, mainosalan asiantuntijatoimistossa työskentelevä sisällöntuottaja, kuvaa rooliaan "all in one"-lähestymistavaksi, joka kattaa strategian luomisen aina lopputuotantoon asti. Hänen vastuullaan on kokonaisvaltainen sisällöntuotanto ja sen varmistaminen, että lopputuote vastaa asiakkaan tarpeita. Haastateltava 2, monikanavatuottaja, toimii monipuolisissa tehtävissä, jotka liittyvät sekä kaupallisen että journalistisen sisällön tuottamiseen eri kanaviin. Hänen vastuullaan on myös ideointi ja käsikirjoittaminen sekä koko tuotantoprosessiin osallistuminen. Haastateltava 3, freelancer-ohjaaja, työskentelee monenlaisten projektien parissa, kuten sisältömarkkinoinnin, journalismin ja mainonnan parissa. Hän on uransa aikana tuottanut sisältöä eri alustoille, kuten sosiaaliseen mediaan ja yritysten verkkosivuille. Haastateltava 4 toimii sosiaalisen median sisällöntuottajana. Hän työskentelee tiiviissä yhteistyössä organisaation markkinointi- ja viestintätiimin kanssa varmistaakseen, että tuotettu sisältö tukee organisaation strategisia tavoitteita ja brändi-identiteettiä.

Kaikki haastateltavat ovat monipuolisia videoalan ammattilaisia, jotka osallistuvat työssään videon tuotantoprosessiin sen ideoinnista aina valmiin sisällön julkaisuun saakka. Heidän työtehtävänsä kattavat laajan kirjon eri vaiheita, mikä antaa heille jokaiselle syvällisen ymmärryksen ja kokemuksen videoiden tekemisestä. Niin kuin tutkimusongelman kannalta tarkoituksenmukaista olikin, yksikään haastatelluista ei ollut koskaan työskennellyt julkisella sektorilla, mikä merkitsi sitä, etteivät he olleet hyödyntäneet saavutettavuutta työssään lain tai säädöksiä asettamasta velvoitteesta. Tällä varmistettiin, että haastateltavien näkemykset saavutettavuudesta olivat vapaat ulkoisista vaatimuksista, mikä mahdollisti puolueettomamman ja avoimemman keskustelun aiheesta.

Seuraavissa alaluvuissa tarkastellaan haastatteluista esiin nousseita vastauksia teemoittain. Kussakin alaluvussa esitetään päätelmät ja lainaukset, jotka perustuvat aina jonkun yksittäisen teeman ympärille.

5.2 Haastateltavien tietämys ja osaaminen saavutettavuudesta

Aloitin kaikki haastattelut kysymällä, mitä saavutettavuus haastateltavien omasta mielestä tarkoittaa tai mitä he mahdollisesti ajattelevat sen tarkoittavan. Jo heti ensimmäisen kysymyksen kohdalla havaitsin, että saavutettavuuden käsitettä ymmärretään monesta eri näkökulmasta eivätkä haastateltavat selvästi olleet täysin kartalla siitä, mitä saavutettavuudella tarkoitetaan. Haastateltava 1 totesi heti haastattelun alkuun, että saavutettavuus ei ole hänen kokemuksensa mukaan videoalalla tuttu käsite:

Voin luvata, että yhdeksänkymmentäviisi pinnaa itseänsä videoalan ammattilaisena pitävä tyyppi ei tiedä yhtään mitä tarkoitetaan, kun sä otat tän aiheen puheeksi. Koska itsellä on just se mielikuva, että tää on oikeasti semmoinen aihe, että hirveän moni perusjamma ei tätä ajattele.

Hän laajensi saavutettavuuden käsitettä yleiseen esteettömyyteen maailmassa korostaen sen merkitystä monenlaisten tarpeiden huomioimisessa. Hän myös pohti, että erityisesti digitaalisessa ympäristössä, saavutettavuus viittaa esimer-

kiksi verkkosivustojen ja sovellusten saatavuuteen eri käyttäjäryhmille. Haastateltava 2 puolestaan toi esiin sosiaalisen median kanavien näkökulman saavutettavuuteen korostaen sisällön löydettävyyttä ja helppoutta käyttäjille. Saavutettavuus tässä kontekstissa tarkoitti hänelle sitä, että käyttäjän on vaivatonta löytää haluamansa sisältö ilman suuria ponnisteluja, mikä voi edistää käyttäjien osallisuutta ja sitoutumista. Lisäksi hän mainitsi sponsoroinnin ja mainonnan osana saavutettavuutta.

Ensimmäisen haastattelukysymyksen kohdalla haastateltavat 3 ja 4 toivat esiin epävarmuuden aiheeseen liittyen, mutta hetken pohdittuaan korostivat kumpikin konkreettisia elementtejä, kuten hyvät äänet ja tekstitykset, jotka ovat tärkeitä saavutettavuuden varmistamisessa erityisesti kuulo- tai näkörajoitteisen käyttäjän tarpeiden kannalta.

Kysyessäni haastateltavien omista kokemuksista saavutettavuuden käsitteen kohtaamisesta työssään, haastateltavat 2 ja 4 totesivat, etteivät olleet koskaan aiemmin kuulleet käytettävän saavutettavuuden käsitettä ennen tätä haastattelua. Haastateltava 3 kertoi, että oli törmännyt joskus käsitteeseen sosiaalisessa mediassa, mutta ei ollut perehtynyt aiheeseen sen tarkemmin.

Haastateltava 1 mainitsi ensimmäisen kerran kohdanneensa saavutettavuuden käsitteen editointivaiheessa, kun hän työskenteli projektissa, jossa esiintyi vaikeasti vammaisia henkilöitä. Tämä herätti hänen huomionsa siihen, että tekstitysten koon ja selkeyden merkitys korostuu erityisesti tällaisissa tilanteissa. Vaikka hän kertoikin unohtaneensa koko saavutettavuusasian nopeasti kyseisen työprojektin jälkeen, tämä kokemus toi hänelle lisää tietoisuutta ja ajatuksia saavutettavuuden merkityksestä.

Vastauksien perusteella voidaan todeta, että saavutettavuuden käsite voi tulla esiin erilaisissa työ- ja projektikonteksteissa, ja sen merkitys voi korostua erityisesti silloin, kun työskennellään erityistarpeita omaavien ihmisryhmien parissa.

Vaikka aktiivista perehtymistä aiheeseen ei ollut tapahtunut, haastateltavat kuitenkin tiedostivat saavutettavuuden merkityksen ja sen vaikutukset omassa työssään välittömästi, kun kerroin heille aiheesta lisää.

5.3 Saavutettavuuden hyödyt ja vaikutukset

Haastatteluissa nousi esiin tiedostamattomuus videoiden saavutettavuusasioiden vaikutuksista ja hyödyistä. Haastateltavat eivät olleet aiemmin edes mietti-neet saavutettavuuden tarjoamia hyötyjä ennen kuin ne nostettiin esille haastat-teluissa, mikä kielii tiedon lisäämisen tärkeydestä alalla. Koska saavutettavuus videokontekstissa tuntui olevan haastateltaville hankala asia ymmärtää, esitin heille opinnäytteen teoriaosuuteen koostamani listauksen saavutettavuuden hyödyistä. Esitettyäni listauksen, keskustelut alkoivat osoittaa enemmän tietoi-suutta videoiden saavutettavuuden vaikutuksista.

Haastateltavat korostivat saavutettavuuden tärkeyttä erityisesti tasa-arvon ja yh-denvertaisuuden edistämiseksi yhteiskunnassa. Vastauksien mukaan saavutet-tavuuden huomioiminen varmistaisi sen, että kaikki ihmiset voivat hyötyä sisäl-löistä, riippumatta heidän mahdollisista erityistarpeistaan. Haastateltava 3 pohti myös saavutettavuuden yhteiskunnallisia vaikutuksia:

Onhan sillä ihan yhteiskunnallinen ja tasa-arvoinen hyöty, että ote-taan kaikki ihmiset huomioon. Eihän tää silloin ole tasa-arvoinen yhteiskunta, jos tällaista saavutettavuusasiaa ei huomioida tar-peeksi tuotannoissa.

Haastateltava 4 mietti, miten saavutettavuus vaikuttaa hänen työhönsä ja sisäl-löntuotantoon. Hän pohti, miten erilaiset alustat voivat vaikuttaa saavutettavuuden toteutumiseen ja miten hän voisi omassa työssään ottaa tämän huomioon. Hän huomautti, että ala on vielä kehitysvaiheessa saavutettavuuden suhteen ja että tarvitaan lisää tietoisuutta ja toimia sen edistämiseksi. Haastateltava 1 puo-lestaan nosti keskustelussa esiin nuorten käyttäytymisen ja tarpeiden muutok-sen suhteessa hakukoneiden käyttöön:

Mitenkäs se, että Z-sukupolven nuorista tyyliin 70 prosenttia käyttää TikTokia hakukoneena enemmän kuin Googlea. Niin onko se sen alustan tarjoajan vai sen sisällöntuottajan vastuulla, että ne sisällöt on saavutettavia?

Haastateltavien antamat näkemykset saavutettavuuden huomioimisen hyödyistä heijastelevat laajempaa yhteiskunnallista keskustelua tasa-arvosta, käyttäjäkokemuksesta ja sisällön saavutettavuudesta eri alustoilla. Myös saavutettavuuden vaikutuksia sisällöntuotantoon ja käyttäjäkokemukseen alettiin pohtia hyötyjen yhteydessä. Haastattelujen sisällöt viittasivat vahvasti tarpeeseen jatkaa keskustelua ja toimia saavutettavuuden parantamiseksi kaikilla tasoilla.

5.4 Saavutettavuuden huomioiminen ja käytännöt videotyössä

Haastattelujen edetessä esitin haastateltaville opinnäytteeseen koostamani listauksen keinoista, joiden avulla videosisällöistä voi tehdä saavutettavampia. Haastatteluissa esille nousseet näkökulmat kertovat saavutettavuuden varmistamisen haasteista ja vähäisistä ohjekäytännöistä videotuotannoissa. Käydyt keskustelut heijastavat monikerroksista kuvaa siitä, miten saavutettavuutta käsitellään ja toteutetaan eri organisaatioissa ja työtehtävissä.

Haastatteluista nousi esiin, että saavutettavuus ei välttämättä ole ensisijainen huolenaihe yksityisellä sektorilla, erityisesti markkinointiviestinnässä, joka on suunnattu nuorelle kohdeyleisölle. Keskusteluissa korostui kuitenkin, että perusasiat, kuten selkeät tekstit ja kontrastit, otetaan usein huomioon joka tapauksessa, koska ne ovat osa toimivaa ja laadukasta videosisältöä.

Haastateltavien kokemusten mukaan kaupallisella puolella toimitaan niin nopeatempoisessa ympäristössä, että tuotannot pyörivät ensisijaisesti isoja asiakaskuntia huomioiden, jolloin erityisryhmien huomiointi voi jäädä toissijaiseksi. Haastateltava 2 koki saavutettavuuden huomioimisen olevan vielä täysin alkutekijöissä ainakin kaupallisessa mediassa:

Videotuotantojen näkökulmasta nää asiat on tosi lapsenkengissä vielä. Media-ala kun on hyvin hektinen ja asiat pitää saada todella nopealla sykkeellä tehtyä, niin nää ei ole kyllä semmoisia asioita

mitkä olisi kauheasti tullut esiin työpaikalla. Me ajatellaan aina paljon enemmän sitä niin sanottua peruskatsojaa.

Haastateltava 3 kuvasi haasteita, joita voi syntyä tilaajan ja tuotantoyhtiön välillä siitä, kuka lopulta vastaa videoiden saavutettavuudesta. Vaikka juridisesti vastuu on aina julkaisijalla, voi vastuun jakaminen saavutettavuudesta olla epäselvää ja teknisten ratkaisujen sijaan painopiste saattaa olla enemmän visuaalisissa ja brändiin liittyvissä tekijöissä. Haastateltavien 1 ja 2 vastauksista kävi myös ilmi, että saavutettavuuden testaamisen ja standardien noudattamisen sijaan monet organisaatiot luottavat julkaisun jälkeiseen seurantaan ja palautteen keräämiseen, mikä voi viitata siihen, että saavutettavuus ei ole ensisijainen huolenaihe tai että resurssit eivät riitä ennen julkaisua tapahtuvaan testaukseen.

Kaikissa haastatteluissa koettiin kaupallisten yritysten suhtautuminen saavutettavuuteen hyvin samankaltaisesti. Keskustelujen perusteella voidaan arvioida, etteivät yritykset välttämättä ota saavutettavuutta huomioon riittävän hyvin, vaan keskittyvät enemmän taloudellisiin ja tehokkuuteen liittyviin näkökohtiin. Tämä korostaa sitä, että saavutettavuuden toteuttaminen on jäänyt kovin pienelle huomiolle yksityisen sektorin toimijoiden keskuudessa.

Haastattelujen aikana käydyt keskustelut osoittavat, että saavutettavuus videoiden tuotannossa on monitahoinen aihe, johon vaikuttavat monet eri tekijät, kuten resurssit, prioriteetit ja organisaation kulttuuri. Lisätoimet ja selkeämpi ohjeistus saavutettavuuden varmistamiseksi voivat olla tarpeen saavutettavuuden parantamiseksi ja sen takaamiseksi tulevaisuudessa.

5.5 Saavutettavuuden tulevaisuus videotuotannoissa

Haastateltavat nostivat esiin useita näkökulmia saavutettavuuden merkityksestä ja omasta sitoutumisestaan sen edistämiseen tulevaisuudessa. Heidän kommenttejaan analysoitaessa voidaan havaita, että saavutettavuuden parantaminen ja sen merkityksen ymmärtämisen lisääminen tulevat olemaan keskeisiä teemoja tulevaisuudessa.

Haastatteluissa korostui erityisesti saavutettavuusasioiden tietoisuuden lisäämisen tärkeys. Kaikkien haastateltavien mielestä saavutettavuudesta tulisi tehdä tunnetumpi aihe, jotta siitä tulisi osa normaalia keskustelua niin yksityisten sisällöntuottajien keskuudessa kuin kaupallisten yritystenkin sisällä. Haastateltava 1 nosti esiin ajatuksen saavutettavuusohjeiden laatimisesta helpommin ymmärrettävässä muodossa, josta voisi olla apua erityisesti nuoremmille ja vähemmän teknisesti perehtyneille videotekijöille:

Tämmöiset asiat, jotka perustuu johonkin direktiiveihin ja määräyksiin, niin vaikka ne olisi kuinka tärkeitä asioita, niin ne on ihan helppokarin vaikeasti ymmärrettävissä. Sisällöntuottajat ei todellakaan jaksa keskittyä johonkin pitkiin tietopaketteihin jostain nettisivulta, niin ehkä toi asia pitäisi vaan muotoilla semmoiseen helpommin ymmärrettävään pakettiin.

Kaikki haastateltavat ilmaisivat halunsa edistää jatkossa saavutettavuutta omassa toiminnassaan. He pohtivat muun muassa keskustelujen nostamista esiin työpaikoillaan ja olivat valmiita ottamaan vastuuta saavutettavuusasioiden edistämisessä, ehkä jopa omalla alallaan suunnannäyttäjinä. Tämä osoittaa alan ammattilaisten sitoutumista ja halua vaikuttaa saavutettavuuden kehittämiseen sekä lisäämään ymmärrystä sen merkityksestä.

Lisäksi haastatteluissa nousi esille tarve lisätä yleistä ymmärrystä saavutettavuudesta eri sosiaalisten medioiden kehittymisen ja teknologian vaikutusten valossa. Haastateltavat näkivät saavutettavuuden oleellisena osana varmistamaan, että kukaan ei jäisi tiedon ulkopuolelle teknologian kehityksen myötä.

Lopuksi kysyin näkemyksiä siitä, tarvittaisiinko saavutettavuusasioiden esiintuomiseksi enemmän asiantuntijoita tai opastusta. Haastateltava 4 pohti, että vaikka yrityksissä ei tapahtuisi avointa syrjintää tai vihapuhetta, se ei yksin riitä varmistamaan saavutettavuutta. Hän korosti tarvetta lisätä asiantuntemusta ja resursseja saavutettavuuden varmistamiseksi organisaatioiden sisällä, mutta totesi sen haasteelliseksi yrityksissä, jotka eivät näe suoraa hyötyä asiasta. Haastateltava 2 koki jopa lievästi häpeää, ettei ollut osannut huomioida saavutettavuusasioita omassa työssään aiemmin:

Jos miettii tätä ihan yhteiskunnallisenakin asiana, niin meillä on niin valtavaa suorituskeskeisyyttä ja vaaditaan nopeata toimintaa ja tuloksia. Tää haastattelu herätti kyllä tosi paljon ajatuksia siitä, miten paljon kehityskohteita on ja miten vaikka meidän omassa yrityksessä tätä asiaa pitäisi nostaa esiin. Sehän on omalla tavallaan syrjintää, noin rumasti sanottuna, jos sun sisällöt ei oo kaikille saavutettavissa. Ihan pienesti jopa hävettää, ettei ole ajatellut näitä asioita enempää.

Haastattelujen päätteeksi osallistujat olivat selvästi tiedostavampia saavutettavuuden tärkeydestä, mutta tunnistivat myös haasteet sen varmistamisessa ja resurssien kohdentamisessa tähän tarkoitukseen. Kokonaisaineiston analysoinnissa voidaan selvästi havaita tarve lisätä asiantuntemusta ja resursseja videoiden saavutettavuusasioiden huomioimisessa, mikä voi olla ratkaisevaa saavutettavuuden parantamiseksi sekä yksityisellä sektorilla että laajemmin koko yhteiskunnassa.

5.6 Haastattelun yhteenveto ja johtopäätökset

Tutkimukseen osallistuneet haastateltavat edustavat erilaisia rooleja ja vastuualueita videotuotannon alalla. Heidän kokemuksensa ja näkemyksensä saavutettavuudesta osoittavat, että käsitettä ymmärretään monesta eri näkökulmasta ja sen merkitys voi korostua erityisesti työskenneltäessä haavoittuvien tai erityistarpeita omaavien ihmisryhmien kanssa. Vaikka haastateltavat eivät olleet täysin perillä saavutettavuuden käsitteestä, he kuitenkin tunnistivat sen merkityksen omassa työssään, kun käsitettä avattiin heille tarkemmin.

Haastattelujen perusteella saavutettavuuden huomioimisen hyödyt heijastavat laajempaa yhteiskunnallista keskustelua tasa-arvosta, käyttäjäkokemuksesta ja sisällön saavutettavuudesta eri alustoilla. Saavutettavuuden vaikutuksia sisälöntuotantoon ja käyttäjäkokemukseen alettiin pohtia, ja tarve jatkaa keskustelua ja toimia videoiden saavutettavuuden parantamiseksi korostui.

Saavutettavuuden huomioiminen ja käytännöt videotyössä vaihtelevat organisaatioittain ja työtehtävittäin. Kaupallisella puolella saavutettavuus ei välttämättä

ole ensisijainen huolenaihe, mutta perusasiat pyritään yleensä ottamaan huomioon osana laadukasta sisällöntuotantoa. Haastateltavat nostivat esiin myös haasteita, kuten vastuunjako saavutettavuudesta sekä resurssien puute niin ajan kuin rahankin suhteen.

Tulevaisuudessa videoalalla korostuu saavutettavuuden lisäämisen ja ymmärtämisen tärkeys. Haastateltavat ilmaisivat halunsa edistää saavutettavuutta omassa toiminnassaan ja korostivat tarvetta lisätä yleistä tietoisuutta saavutettavuudesta videoalalla. Vastauksiin peilaten lisätoimet ja selkeämpi ohjeistus videoiden saavutettavuuden varmistamiseksi voivat olla tarpeen sekä kaupallisella puolella että yksityisille sisällöntuottajille.

Jatkotutkimuksena tälle opinnäytetyölle voitaisiin tutkia erilaisia keinoja ja strategioita saavutettavuuden edistämiseksi eri organisaatioissa ja työtehtävissä. Tutkimus voisi sisältää esimerkiksi parhaiden käytäntöjen ja case-esimerkkien keräämistä eri toimijoilta ja niiden jakamista muille videoalan ammattilaisille. Lisäksi voitaisiin selvittää, mitkä ovat tehokkaimmat keinot saavutettavuuden lisäämiseksi videotuotannoissa myös yksityisille sisällöntuottajille. Jatkotutkimuksessa voisi laajentaa otantaa kattamaan laajemman kirjon videoalan ammattilaisia, jotta saataisiin monipuolisempi kuva heidän kokemuksistaan ja näkemyksistään saavutettavuuden suhteen. Tavoitteena olisi siten edistää videoiden saavutettavuutta kokonaisvaltaisesti ja varmistaa, että kaikki käyttäjät voivat hyödyntää videoita tehokkaasti ja esteettömästi.

6 Lopuksi

Opinnäytetyön päämääränä oli tuoda esiin videoiden saavutettavuuden merkitystä ja kartoittaa videoalan ammattilaisten näkemyksiä saavutettavuuden hyödyntämisestä työssään. Teoriaosuudessa tarkasteltiin saavutettavuuden periaatteita, kansainvälistä ohjeistusta ja siihen liittyvää lainsäädäntöä. Työn tietopohja pyrittiin rakentamaan siten, että se tarjoaa myös konkreettisia vinkkejä ja ohjeita videoiden tekijöille. Tutkimusosuudessa havainnollistettiin

ammattilaisten nykyistä suhtautumista saavutettavuuteen ja heidän tietotasoaan aiheesta.

Tutkimusosuudessa pyrin konkretisoimaan, miten nämä teoriaosuudessa esitellyt asiat ilmenevät käytännössä. Haastatteluiden avulla vahvistettiin käsitystä siitä, ettei saavutettavuus ole ensisijainen prioriteetti yksityisellä sektorilla ja sen huomioiminen vaihtelee merkittävästi eri organisaatioiden ja työtehtävien välillä.

Tulevaisuudessa näen, että saavutettavuuden merkitys korostuu entisestään videoalalla. Haastateltavat alan ammattilaiset ilmaisivat halunsa edistää saavutettavuutta omassa työssään ja korostivat tarvetta lisätä yleistä tietoisuutta aiheesta. Uskon, että lisätoimet ja selkeämpi ohjeistus saavutettavuuden varmistamiseksi voivat olla tarpeen sekä kaupallisille toimijoille että yksityisille sisällöntuottajille.

Koen onnistuneeni työssäni tuodessani esiin monipuolisesti niin teoreettisia näkökulmia kuin käytännön kokemuksiakin videoiden saavutettavuudesta. Haastatteluiden avulla sain arvokasta tietoa alan ammattilaisten näkemyksistä ja käytännön toteutuksesta, mikä rikastutti työni sisältöä ja antoi sille konkreettista pohjaa. Toisaalta olisin voinut syventyä vieläkin laajemmin joihinkin osa-alueisiin, kuten esimerkiksi erilaisten saavutettavuustoimenpiteiden käytännön toteutukseen eri videoalustoilla. Kokonaisuutena kuitenkin uskon, että työni tarjoaa arvokasta tietoa ja pohdittavaa niin alan ammattilaisille kuin tutkijoillekin, ja se voi toimia pohjana jatkotutkimuksille ja käytännön toimenpiteille videoiden saavutettavuuden edistämiseksi tulevaisuudessa.

Lähteet

Adobe 2021. Video accessibility guide for content creators and viewers. Verkkosivu. <https://blog.adobe.com/en/publish/2021/12/10/video-accessibility-guide-for-content-creators-and-viewers> (viitattu 8.4.2024).

Aluehallintovirasto i.a. Videoiden ja äänilähetysten saavutettavuus. Verkkosivu. <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/digipalvelulain-vaatimukset/videoiden-ja-aanilahetysten-saavutettavuus> (viitattu 9.4.2024).

Ceci, L. 2022. Online video usage in the United States - Statistics & Facts <https://www.statista.com/topics/1137/online-video/> (viitattu 9.4.2024).

Celia (saavutettavuuskirjasto) i.a. Ohjeita ja vinkkejä verkkosisältöjen saavutettavuuteen – Videot ja äänitteet. Verkkosivu. <https://www.saavutettavasti.fi/kuva-ja-aani/videot-ja-aanitteet> (viitattu 8.4.2024).

Glorioso, L. 2022. The “Why” and “How” of Accessibility in Digital Marketing. Verkkootikkeli. <https://www.ironpaper.com/webintel/the-why-and-how-of-accessibility-in-digital-marketing> (viitattu 9.4.2024).

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2001. Tutkimushaastattelu - teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

von Koskull, Jannica i.a. Saavutettavuus – mitä, miksi ja milloin? Verkkosivu. <https://www.tietotalo.fi/fi/Ajankohtaista/Saavutettavuus---mita,-miksi-ja-milloin> (viitattu 9.4.2024).

Litsa, T. 2016. 12 video SEO tips to help improve your search rankings. Verkkootikkeli <https://www.searchenginewatch.com/2016/08/24/12-video-seo-tips-to-help-improve-your-search-rankings/> (viitattu 9.4.2024).

Nielsen, Jakob 2000. Designing Web Usability. Yhdysvallat: New Riders.

Ruusuvuori, Johanna & Nikander, Pirjo & Hyvärinen, Matti 2010. Haastattelun analyysi. Tampere: Vastapaino.

Selovuo, Kari 2019. Saavutettavuusopas. Helsinki: Euraprint.

Torikka, Emmi 2021. Saavutettavuus parantaa verkkopalvelua. Redland. Blogiteksti 16.2.2021. <https://www.redland.fi/saavutettavuus-parantaa-verkkopalvelua> (viitattu 9.4.2024).

Web Content Accessibility Guidelines (WCAG 2.2.) 2023. <https://www.w3.org/TR/WCAG22/> (viitattu 9.4.2024).

World Health Organization/ Maailman terveysjärjestö 2023. Disability. Verkkosivu 7.3.2023. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health> (viitattu 7.4.2024).

Liitteet

Haastattelurunko

1. Taustatiedot:

- Miten kuvailisit työrooliasi ja vastuualueitasi videotuotannoissa?
- Minkälaisien videosisältöjen parissa työskentelet?

2. Osaaminen saavutettavuudesta tällä hetkellä:

- Mitä saavutettavuus mielestäsi tarkoittaa/mitä ajattelet sen olevan?
- Milloin kohtasit ensimmäisen kerran saavutettavuuden käsitteen videoiden tekemisen yhteydessä?
- Oletko perehtynyt saavutettavuuteen videoiden tekemisen kontekstissa? Oletko osallistunut koulutuksiin tai opiskellut aiheesta itsenäisesti?

3. Saavutettavuuden vaikutukset:

- Tiedätkö, millaisia hyötyjä saavutettavuuden huomioimisella on?
- Millä tavoin saavutettavuus vaikuttaa työhösi videoiden tekijänä?

4. Saavutettavuuden huomioiminen ja käytännöt:

- Hyödynnätkö joitain erityisiä käytäntöjä tai työkaluja saavutettavuuden varmistamiseksi videoissa?
- Millaisia ohjeistuksia olet saanut saavutettavuuden varmistamiseksi asiakkailta tai työnantajalta?
- Miten hyvin yritykset ottavat saavutettavuuden huomioon videoiden tekemisessä?

5. Saavutettavuuden tulevaisuus videotuotannoissa:

- Miten näet saavutettavuuden merkityksen videoiden tekemisessä tulevaisuudessa?
- Aiotko itse edistää asiaa jotenkin tulevaisuudessa?
- Millaisia ajatuksia tämä haastattelu sinussa herätti?