



MARKKINOINTIVIESTINNÄN SAAVUTETTAVUUTTA ULKOILUUN

Suomen Ladun visiona on, että kaikki löytäisivät mielekkään tavan ulkoilla ja nauttia luonnosta. Vision toteuttamiseksi tapahtumien järjestämisessä tulisi ottaa saavutettavuus huomioon, jotta mahdollisimman monella ihmisellä olisi mahdollisuus osallistua tapahtumiin. On arvioitu, että Suomen väestöstä vähimmilläänkin 1 000 000 henkilöä hyötyy saavutettavuudesta viestinnässä.

Saavutettavuus toimii nykyäsitteistössä kattoterminä kaikelle toiminnan, tiedon ja palveluiden saavutettavuudelle. Tässä ohjeistuksessa keskitytään kuitenkin ulkoilutapahtumien markkinointi- viestinnän saavutettavuuteen.

Ulkoilutapahtumaan osallistuminen alkaa saavutettavasta mainoksesta. Tehty on aina parempi kuin täydellinen, joten lähde asia kerrallaan saavutettavamman viestinnän polulle.

SAAVUTETTAVAN VIESTINNÄN NÄKEE, KUULEE, YMMÄRTÄÄ JA LÖYTÄÄ HELPOSTI

- Sisältö on on kirjattu tai mainittu selkeästi, jaettuna asiakokonaisuuksiin ja välttämättä liiallista tietomäärää.
- Ymmärrettävyyttä helpotetaan kappaleita jakamalla, johdonmukaisuudella ja asialistoilla.
- Kieli on helppoa yleiskieltä tai selkokieltä, jossa ei tarvitse tulkita.
- Lyhenteet ja erityiset termistöt ovat avattu esim. MTB sijasta maastopyöräily.
- Tekstissä käytetään hyvää kontrastia ja mahdollisimman suurta fonttikokoa, vähimmillään koko 12. Lisäksi tekstin taustassa suositetaan yksivärisyyttä kirjavan sijasta.
- Näkövammaisten käyttämän ruudunlukijan toimivuus materiaalissa tarkistetaan. Tämä ko- keillaan tiedostoa selaamalla tietokoneen näppäimistöllä tai vaihtoehtoisesti hyödyntämällä ilmaista NVDA ruudunlukijaa (www.nvaccess.org). Teksti on saavutettavaa hiiren osoittimen liikkussa tekstissä.
- Tuota sisältö mediassa kuultavaksi, nähtäväksi ja kirjoitettuna. Mainosta jakaessa verkkosivuille tulee tekstin olla myös erillisenä lehtisen alla tai liitettynä kuvatekstiksi.
- Vaihtoehtoisia tekstejä käytetään sosiaalisessa mediassa selittämään kuvan sisältöä näkövam- maisille ruudunlukijan käyttäjille. Teksti lisätään julkaisua tehdessä sosiaalisten medioiden pal- veluissa, jolle löytyy oma kohtansa mm. esteettömyys tai "vaihtoehtoinen teksti" linkin alta.
- Verkkosivuille vaihtoehtoisen tekstin saa kuvaa ladatessa tekstikentästä "kuvaus". Tämän ollessa mahdotonta, voi vaihtoehtoisen kuvan lisätä "kuvatekstiksi" kuvan alle tai nimeämällä kuvan sitä selittäväksi esim. "hymyilevä henkilö sauvakävelee metsäisellä polulla.jpg".
- Vaihtoehtoisen tekstin suositeltava pituus enimmillään 125 merkkiä.
- Puhuttu tieto tulisi kirjata tiedoksi erillisesti tai videoon pitäisi laittaa tekstitys. Tekstityksen voi laittaa automaattiseksi esim. Youtubessa.
- Videoon kirjattu teksti tulisi puhua videossa tai se pitäisi kirjata julkaisun kuvaukseen ainakin ydinkohtineen.

Lue lisää soveltavasta ulkoilusta: www.suomenlatu.fi/soveltavaulkoilu