

HUOM! Tämä on alkuperäisen artikkelin rinnakkaistallenne. Rinnakkaistallenne saattaa erota alkuperäisestä sivutukseltaan ja painoasultaan.

Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Koskimäki, T., Moreira Kares, E., Mäkeläinen, J., Mäkinen, M. & Tuomi, A. (18.03.2022). Asiakasymmärrys digitaalisten kulttuuripalveluiden kehittämisen perustana. eSignals PRO. <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2022031824087>

PLEASE NOTE! This is an electronic self-archived version of the original article. This reprint may differ from the original in pagination and typographic detail.

Please cite the original version:

Koskimäki, T., Moreira Kares, E., Mäkeläinen, J., Mäkinen, M. & Tuomi, A. (18.03.2022). Asiakasymmärrys digitaalisten kulttuuripalveluiden kehittämisen perustana. eSignals PRO. <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2022031824087>



**Copyright:** © 2022 by the authors and Haaga-Helia University of Applied Sciences. Licensed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY NC SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

# Asiakasymmärrys digitaalisten kulttuuripalveluiden kehittämisen perustana

*Tuija Koskimäki, Elina Moreira Kares, Johanna Mäkeläinen, Maria Mäkinen, Aarni Tuomi*

Ikääntyneet ovat digitaalisen kulttuurin palvelutarpeen sekä digivalmiutensa puitteissa monimuotoinen ryhmä, jonka tarpeet, asenteet sekä osaamisen lähtötaso vaihtelevat suuresti [ryhmän sisällä](#). HomeOpera -hankkeessa kerätystä aineistosta tunnistimme laadullisen ja määrällisen analyysin menetelmin kolme asiakasprofiilia digitaalisen kulttuurin palvelutarpeen ja käyttömotivaation näkökulmasta.

Osana Euroopan aluekehitysrahaston rahoittamaa HomeOpera – Digitaaliset sosiaaliset kulttuurielämykset -hanketta kartoitimme ikääntyneiden tarpeita ja valmiuksia digitaalisten kulttuurielämysten käyttöön. Hankkeessa olemme keränneet asiakasymmärrystä ikääntyneistä digitaalisten kulttuuripalvelujen käyttäjinä kyselytutkimuksen, haastattelujen, havainnointien sekä työpajojen kautta.

Kyselytutkimuksen avulla tunnistimme yleisemmin digipalveluihin liittyviä asenteita ja osaamistarpeita. Haastattelujen, havainnointien ja työpajojen avulla syvennetystä asiakasymmärryksestä tunnistimme palvelutarpeita sekä motivaattoreita erityisesti digitaalisten kulttuuripalvelujen käytöstä. Lopuksi peilasimme hankkeen aikana kerättyä aineistoa vielä muiden hankkeiden, etenkin valtakunnallisen [Lämpio-hankkeen](#), tuloksiin.

Tämä artikkeli kokoaa ymmärryksemme ikääntyneistä digitaalisten kulttuuripalveluiden käyttötarpeen ja käyttömotivaation osalta.

## Motivaatio palveluiden käytön perustana

HomeOpera-hankkeessa kehittämisen menetelmänä on palvelumuotoilu. Palvelumuotoilussa asiakas on kehittämisen ytimessä. Asiakasymmärryksen lähtökohtana on ymmärtää asiakkaan motivaatio ja tarve kehitettävän palvelun näkökulmasta (Edvardsson & Olsson, 1996).

Motivaation merkitystä digitaalisten palveluiden käytössä korostaa myös Jan van Dijk (2020) määritelmä digitaalisten palveluiden käytön edellytysten portaista. Van Dijkin mukaan erityistä huomiota tulisi kiinnittää motivaation lisäksi laitteisiin ja yhteyksiin, käyttäjän osaamiseen, erityisesti digitaalisten taitojen kontekstissa, sekä käyttötarpeeseen. Kun nämä ovat selvillä, voidaan kehitystyössä keskittyä itse teknologiaan ja sen toimivuuteen.

Tähän ehkäpä käytetyimpänä mallina toimii Davisin (1989) kehittämä uuden teknologian käyttöönoton malli. Malli korostaa etenkin teknologian helppokäyttöisyyttä, hyödyllisyyttä sekä käyttäjän omia ennakoasenteita teknologiaa kohtaan. Davisin mallin myöhemmät versiot ottavat kantaa myös esim. teknologian käytön sosiaaliseen kontekstiin (mitä mieltä käyttäjän lähipiiri tai yhteisö laajemmin on teknologiasta), käyttäjän kokemukseen (kuinka kokenut teknologian käyttäjä on kyseessä), demografisiin tekijöihin (ikä, sukupuoli) sekä

käytön vapaaehtoisuuteen (käytetäänkö teknologiaa esimerkiksi työnantajan vaatimuksesta) (Venkatesh ym. 2003).

HomeOpera-hankkeessa luonteva lähtökohta teknologian käytön tutkimiseen oli ikääntyneiden motivaation sekä palvelutarpeen kartoittaminen ja tunnistaminen suhteessa sosiaalisiin digitaalisiin kulttuurielämyksiin.

Asiakasymmärrystä voidaan kerryttää erilaisin menetelmin, kuten kyselyillä, havainnoiden, haastatteluin ja työpajoissa. Asiakasymmärryksen kartuttaminen on iteratiivinen eli itseään toistava prosessi, jossa kerätään tietoa, analysoidaan ja määritellään, mitä tietoa analyysin perusteella tarvitaan lisää ja miten tietoa kerätään. Vaiheita toistetaan, kunnes tietoa on riittävästi. Akateemisessa maailmassa puhutaan aineiston kylläntymisestä. Asiakasprofilointi on kaiken kartutetun ymmärryksen kiteyttämisen menetelmä, joka perustuu datasta tunnistettaviin samankaltaisuuksiin motivaation ja palvelutarpeen näkökulmasta.

HomeOpera-hankkeessa kerrytimme asiakasymmärrystä kyselytutkimuksen, havainnoinnin, haastattelujen sekä työpajatyöskentelyn keinoin. Lisäksi tarkastelimme ja analysoimme kerättyä tietoa suhteessa Helsingin kaupungin koordinoiman Lämpö-hankkeen asiakasymmärrysraporttiin (2022), jossa avataan ikääntyneiden kulttuuripalveluiden käyttöä ja tarpeita kehitteillä olevan Lämpö-palvelun näkökulmasta.

Asiakasymmärrystiedon keräämisen kohderyhmänä oli yli 60-vuotiaat kulttuurin kuluttajat. Kyselyn avulla kartoitimme asenteita ja tarpeita digitaalisia kulttuuripalveluita kohtaan. Oopperassa tehdyllä havainnoinnilla pyrimme tunnistamaan paikan päällä koetun kulttuurielämyksen kokemuspolku ja sen erilaiset vaiheet. Ymmärrystä kulttuurielämysten merkityksistä syvensimme haastatteluin. Työpajoissa työskentelimme digitaalisten kulttuurielämysten sosiaalisten merkityksen parissa.

## **Erilaiset palvelutarpeet digitaalisissa kulttuuripalveluissa**

Hankkeen laadullisesta asiakasymmärrystiedosta tunnistimme kolme erilaista asiakasprofiilia ikääntyneiden kulttuurin kuluttamisen motivaation sekä digitaalisten kulttuuripalveluiden palvelutarpeen suhteen: 1) **satunnainen nauttija** 2) **arjen ylevöittäjä** sekä 3) **kulttuurin harrastaja**. Erityisesti digitaalisten palveluiden koetut hyödyt ja mahdollisuudet sekä puutteet ja haitat nousivat aineistossa profiileja erottaviksi tekijöiksi. Profiileissa on tärkeä tunnistaa, että henkilöt voivat liikkua profiilista toiseen esimerkiksi elämäntilanteen mukaan. Lisäksi henkilöt voivat edustaa eri profiileja suhteessa eri taidelajeihin.

**Satunnaiset nauttijat** kokevat kulttuurielämyksiä satunnaisesti, usein jonkun toisen houkuttelemana tai kun tarjolla on jotakin erityisen kiinnostavaa. Tälle joukolle muut vapaa-ajan viettotavat ovat usein kulttuurielämyksiä tärkeämpiä. Heille erityisen merkityksellistä kulttuurielämyksissä on sosiaalinen kokemus. Satunnaiset nauttijat eivät lähtökohtaisesti ole kiinnostuneita digitaalisista kulttuuripalveluista, ja he voivat kokea digitaalisuuden myös itsessään ahdistavaksi ja passivoivaksi. Heidän houkuttelemisessaan digitaalisten kulttuuripalveluiden äärelle korostuu tuttujen ja läheisten vaikutus sekä digitaalisen kulttuurin mahdollisuudet täysin uutena taiteen muotona ja uutena sosiaalisen kokemuksen tapana.

**Arjen ylevöittäjille** kulttuurielämykset tuovat erityisiä merkityksiä arjen keskellä ja kokemukset ovat merkityksellisiä kokonaisuutena, johon liittyy niin ennen kuin jälkeen elämystä tapahtuvat asiat. Kokemuksen sosiaalisuus ei ole niin merkityksellistä, tosin näyttäytyminen ja nähdyksi tuleminen ovat. Heille digitaaliset kulttuuripalvelut tarjoavat mahdollisuuden kulttuurin kokemiseen, jos se ei mitenkään muuten, esimerkiksi sairauden tai pandemian takia, ole mahdollista. Lähtökohtaisesti digitaalinen kokemus ei kuitenkaan korvaa paikan päällä koettua elämystä laadun heikkouden ja tunnelman puutteen vuoksi. Arjen ylevöittäjät ovat ehkä jopa haastavin joukko houkutella digitaalisten kulttuuripalveluiden äärelle, mutta samalla heille palveluista on todennäköisesti merkittävä hyöty erityisesti toimintakyvyn heiketessä. Onkin erityisen tärkeää miettiä, miten heidät saadaan houkutelua ja opetettua digipalveluiden käyttäjiksi jo ennen kuin toimintakyky heikkenee niin, ettei fyysisten palveluiden äärelle enää pääse.

**Kulttuurin harrastajat** ovat aktiivisia kulttuurin kuluttajia, kuten Arjen ylevöittäjätkin, mutta heidät erottaa harrastajien arkinen suhtautuminen elämyksiin. Kulttuurin harrastaja kokee elämykset osana harrastustaan ja hänellä on ehkä myös jonkin palveluntarjoajan kausikortti. Kulttuurielämykset ovat tälle joukolle merkityksellinen vapaa-ajanvieton tapa. Myös oppiminen sekä kehittyminen kulttuurin ja taiteen äärellä ovat heille tärkeää. Digitaaliset kulttuuripalvelut tarjoavat kulttuurin harrastajille mahdollisuuden kokemuksiin ajasta ja paikasta riippumatta sekä mahdollisuuden laajempaan tarjontaan ja paikan päällä koetun elämyksen syventämiseen. Heille tärkeää on harrastuksen kautta muodostunut yhteisö, ja digitaalisessa kokemuksessa he kaipaavat fyysiseen kokemukseen verrattuna erityisesti sosiaalisia kontakteja sekä tunnelmaa. Tämä joukko on ehkä helpoin houkutella digitaalisten kulttuuripalveluiden äärelle, mutta palveluiden sosiaalisia ja vuorovaikutteisia mahdollisuuksia tulisi kehittää, jotta heidän palvelutarpeisiinsa voitaisiin paremmin vastata.

## Havaintojen validointi määrällisin menetelmin

Laadullisen aineiston pohjalta tehtyä analyysiä peilasimme myös hankkeen aikana kerättyyn määrälliseen aineistoon eli kyselytutkimukseen (n=388). Kyselytutkimuksen analysoinnissa esiin nousi kolme erilaista käyttäjäryhmää klusterianalyysin avulla.

Klusterianalyysissä pyritään ryhmittelemään tietoa sen yhteisten piirteiden avulla tilastollisen analyysin menetelmin. Tuloksista hahmottui kolme erilaista digitaalisten kulttuuripalveluiden käyttäjäryhmää: 1) digitaalisiin kulttuuripalveluihin **epävarmasti suhtautuvat**; 2) digitaalisiin kulttuuripalveluihin **avoimesti suhtautuvat** sekä 3) digitaalisiin kulttuuripalveluihin **avoimesti suhtautuvat ja niistä innostuneet**. Suurimmat erot ryhmien välillä syntyivät asenteista yhteiskunnan laajempaan digitalisaatioon, digitaalisten palveluiden käyttämisen helppouteen sekä digitaalisten palvelujen koettuun hyödyllisyyteen.

**Epävarmat käyttäjät** kokivat digitaitonsa huonoiksi sekä erilaisten digitaalisten palveluiden käytön vaikeaksi. Tarvittavat päätelaiteet heiltä kyllä löytyivät, mutta teknisen tuen puute ja epävarmuus avun saamisesta vaivasi. Digitaalisia kulttuuripalveluita ei myöskään koettu hyödyllisiksi eikä omaa hyvinvointia edistäviksi. Tietoa tarjonnasta ei juurikaan ollut eikä lähipiirissäkään palveluita tiedetty käytettävän. Kokonaisuudessaan käyttäjäryhmän 1 suhtautuminen digitalisaatioon ja digitaalisiin kulttuuripalveluihin heijasteli jopa negatiivisia asenteita, eikä intoa niiden hyödyntämiseen juurikaan löytynyt. Ennakkoasenteet käyttämisen oppimisen vaikeudesta ja käytön tuomista hyödyistä, sekä

saatavilla oleva vertaistuki, on yhdistetty ikääntyneiden valmiuteen omaksua uusien teknologioiden käyttöä myös aiemmissa tutkimuksissa (Kim et al. 2016).

Toiset kaksi käyttäjäryhmää, **avoimet** ja **avoimet ja innostuneet** olivat pääasiassa myönteisiä digitalisaation suhteen sekä suhteellisen varmoja omista digitaidoistaan. Erilaisten digitaalisten palveluiden käyttö koettiin melko helpoksi ja tukeakin niiden käyttöön koettiin olevan saatavilla riittävästi. Myös tietoa digitaalisten kulttuuripalveluiden tarjonnasta oli molemmilla ryhmillä riittävästi, ja molempien ryhmien lähipiiristä löytyi muita digitaalisten kulttuuripalveluiden käyttäjiä.

Ryhmiä erot nousivat esiin erityisesti palveluiden koetussa hyödyllisyydessä. Ryhmä 2 (avoimet) ajatteli digitaalisten kulttuuripalveluiden olevan mahdollisesti hyödyllisiä, mutta yhteyttä omaan henkiseen tai fyysiseen hyvinvointiin ei nähty juurikaan. Ryhmä 3 (avoimet ja innostuneet) oli puolestaan muita ryhmiä selkeästi varmempi palveluiden hyödyllisyydestä sekä niiden positiivisesta vaikutuksesta omaan hyvinvointiin. Käyttäjäryhmä 2 ei ollut juurikaan kiinnostunut digitaalisten kulttuuripalveluiden käytöstä, kun taas ryhmä 3 ilmaisi olevansa erittäin kiinnostunut. Palvelun tai teknologian koettu hyödyllisyys, esimerkiksi sen käytöstä seuraava mielihyvä, on useissa tutkimuksissa havaittu korreloivan positiivisesti aikomuksena käyttää kyseistä palvelua (Braun 2013).

## **Käyttäjälähtöisyys keskiössä digitaalisia kulttuuripalveluita suunniteltaessa**

HomeOpera-hankkeessa kerrytetty asiakasymmärrys osoittaa käyttäjien erilaiset motivaatiot ja palvelutarpeet digitaalisiin kulttuuripalveluihin sekä erilaiset näkemykset ja kokemukset digitalisaation sekä omiin digitaalisiin.

Ikääntyneiden moninaisuus tulee esiin myös esimerkiksi artikkelissa Pesonen ym. (2015), jossa mainitaan matkustaville senioreille tehdyistä tutkimuksista. On havaittu, että seniorit ovat erittäin heterogeeninen ryhmä ja ryhmän palvelutarpeet ovat hyvin moninaiset. Teknologisissa taidoissa, kuten internetin käytössä on myös eroja. Senioreissa on taitavia internetin käyttäjiä, mutta välttämättä he eivät ole ottaneet käyttöönsä älypuhelimia ja tabletteja. Tähän liittyen tarvitaan lisää käyttäjäymmärrystä, jotta eri käyttäjätarpeisiin voidaan luoda senioreille heidän tarpeitaan vastaavia palvelukonsepteja ja juuri tälle kohderyhmälle suunniteltuja käyttöliittymiä (Mostaghel 2016; De la Vega ym. 2020).

HomeOpera-hankkeen käyttäjäymmärrys-vaiheessa laadullisin ja määrällisin menetelmin tunnistetut asiakasprofiilit sekä käyttäjäryhmät auttavat hankkeen aikana kehitettävien sosiaalisten digitaalisten kulttuurielämysten työstössä eri tavoin. Motivaatio- ja tarveperusteiset asiakasprofiilit auttavat kokonaisvaltaisten elämysten sekä palveluprosessien suunnittelussa.

Digikäyttäytymisen ja asenteiden perusteella tunnistetut käyttäjäryhmät toimivat myös tärkeänä perustana digitaalisten palveluiden saavutettavuuden ja käytettävyyden suunnittelussa, esimerkiksi käyttöliittymää tai käyttäjän ja teknologian välistä vuorovaikutusta suunniteltaessa (Williams ym. 2013). Esimerkiksi kyselytutkimuksen käyttäjäryhmälle 1, joka koki digitalisaation epävarmana ja haasteellisena, tulisi digitaalinen ratkaisu toteuttaa niin, että palvelun saavutettavuus tehdään käyttäjälle mahdollisimman helpoksi. Tällöin palvelu toimii myös käyttäjäryhmille 2 ja 3, joiden digitaaliset taidot ja asenne digitaalisuuteen on avoimempaa.

HomeOpera –hankkeessa luomme palvelumuotoilun keinoin konsepteja, joilla kulttuurielämykset tuodaan ikääntyville uusien teknologioiden avulla sosiaalisella tavalla. Käyttäjälähtöisyys ei tarkoita pelkästään sitä, että käyttäjä on kehityksen keskiössä, vaan myös sitä, että käyttäjä otetaan aktiivisesti mukaan palveluiden suunnitteluun ja kehittämiseen (Edwardsson & Olsson, 1996). HomeOpera-hankkeessa suunnittelua ja kehitystyötä tehdään tiiviissä yhteistyössä erilaisten käyttäjäryhmien kanssa heidän ideoitaan, erityistarpeitaan ja kokemuksiaan kuunnellen.

Alkuvuoden 2022 aikana olemme järjestäneet jo neljä työpajaa, joihin on osallistunut yhteensä parikymmentä testiryhmiin kuuluvaa ikääntynyttä. Yksi käyttäjäryhmä koottiin kyselytutkimukseen vastanneiden joukosta ja toinen Vantaalla sijaitsevan Foibekartanon hyvän elämän yhteisöstä, jossa asuu noin 300 ikäihmistä.

Ensimmäisessä työpajassa käsitelimme ikääntyneiden suhdetta etänä koettaviin kulttuurielämyksiin sekä kartoitettiin heidän asenteitaan erilaisia esittävää taidetta rikastuttavia teknologioita kohtaan. Kohderyhmille näytettiin kolme videota, joissa yhdessä oli käytetty lisätyn todellisuuden teknologiaa oopperan käsiohjelman digitalisointiin, toisessa oli kuvattu Toscan kohtaus kirkossa 360-videokameralla ja kolmas oli kokonaan virtuaalitodellisuudessa tapahtuva miniooppera Senza Peso.

Kokemusten jälkeisissä keskusteluissa nousi esiin, että ikääntyneillä on varsin selkeitä mielipiteitä omista teknologiaan liittyvistä mieltymyksistään. Osa piti enemmän 360-videon mahdollisuuksista, osa taas kiinnostui virtuaalitodellisuudesta. Monille uutta teknologiaa hyödyntävät elämykset olivat aivan uusia, ennenkokemattomia, ja niiden mahdollisuudet nähtiin pääosin innostavina. Kaikki kokemukset aikaansaivat testiryhmässä jonkinlaisen reaktion, oli se sitten negatiivinen tai positiivinen. Lisäksi kokemukset jättivät vahvan muistijäljen, sillä moni testiryhmään kuuluva palasi vielä toisessa työpajassa ensimmäisen pajan kokemuksiin.

Toisessa työpajassa ikääntyneet saivat itse ideoita pienryhmissä unelmiensa etäkokemuksen, ja mitkä asiat ovat heille tärkeitä ennen esitystä, esityksen aikana ja sen jälkeen. Neljän pienryhmän lopputulokset olivat varsin samansuuntaisia, vaikka luonnollisesti jokaisessa ryhmässä keskustelu ohjasi ideointia hieman eri poluille. Jokaisessa vaiheessa korostui kuitenkin selvästi tunnelman ja sosiaalisuuden merkitys nautinnollisen etäkokemuksen elementteinä. Ikääntyneiltä saatiin paljon konkreettisia vinkkejä, joiden pohjalta jatkamme uusien sosiaalisten etäkokemusten kehitystyötä kevään aikana.

Myös toisessa työpajassa käsitelimme kohderyhmän suhdetta teknologiaan, tällä kertaa ikääntyneet pääsivät vuorovaikuttamaan itse erilaisten digitaalisten kulttuurikokemusten kanssa. Kokeilussa kartoitimme erityisesti kohderyhmän mieltymyksiä digitaalisen käsiohjelman käyttöliittymään ja navigaatioon sekä tarkastelimme olemassa olevien palvelujen käytettävyyttä ikäihmisten näkökulmasta. Käytössä olleista kannettavista tietokoneista, tableteista ja matkapuhelimista kohderyhmäläiset pitivät selvästi isommista näytöistä, joilla myös navigointi on helpompaa. Virtuaalilasien käyttöä lähes kaikki pitivät epämiellyttävänä ajatuksena ainakin, kunnes niiden ergonomia kehitty huomattavasti paremmaksi ja kevyemmäksi käyttää.

Molemmat työpajat rikastuttivat määriteltyjä käyttäjäryhmiä ja toivat tärkeää ensikäden tietoa kohderyhmän kulttuurikokemuksiin liittyvistä mieltymyksistä ja teknologiasuhteesta. Kokeilujen tulokset jakautuivat monen eri elämyksen kesken, eikä

mikään ryhmä ollut yksimielinen suosikkielämyksensä suhteen. Tämä heijastaa hyvin aiemmin määriteltyjä asiakasprofileja sekä käyttäjäryhmiä. Erityisesti kehitystyössä huomioitavia asioita ovat käyttäjien into uuden teknologian omaksumista kohtaan sekä erityisesti sosiaaliseen kokemukseen liitettävä omistajuus. Mikäli käyttäjän suhde etäkulttuurikokemukseen on kovin passiivinen, myös sosiaalisuuden rakentaminen kokemukseen on vaikeaa. Uusien kokemusten suunnittelussa varhaiset omaksujat löytyvätkin varmasti kulttuurin harrastajien joukosta, haasteena tulee olemaan myös muiden tunnistettujen asiakasryhmien palveleminen.

Kaksivuotisen HomeOpera-hankkeen ensimmäisessä vaiheessa keskityimme erityisesti tapoihin, joilla digitaaliset sosiaaliset kulttuurielämykset voidaan tuoda ikääntyneelle kotiin mahdollisimman itsenäisesti koettaviksi. On kuitenkin äärimmäisen tärkeää huomata, että toimintakyvyn heikentyminen ja esimerkiksi muistisairaudet vaikuttavat ikääntyneiden palvelutarpeisiin ja käyttäytymiseen monin eri tavoin, ja että kohderyhmänä ikäihmiset ovat hyvin heterogeeninen joukko (Pesonen ym. 2015; Mostaghel 2016). Omalta osaltaan koronapandemia on myös tehnyt näkyväksi näiden erilaisten tarpeiden moninaisuutta sekä sosiaalisen kohtaamisen tärkeyttä erityisesti ikääntyneiden kohderyhmässä (Armitage & Nellums 2020).

Hankkeessa tähän asti keräämämme asiakasymmärrystieto ei kuitenkaan ole vielä niin kattavaa, että se tarjoaisi mahdollisuuden syventyä näihin tarpeisiin toden teolla. Jatkotutkimusta tarvitaan siis ehdottomasti yhä. Palvelumuotoiluhankkeessa kehitystyö on usein iteratiivista ja etenee sykleissä. Kun yksi sykli saavuttaa päätepisteensä, on aika aloittaa kehitystyö alusta uuden syklin ja eri näkökulmista kumpuavien käyttömotivaatioiden ja tarpeiden parissa.

Tämä artikkeli on osa HomeOpera- Digitaaliset sosiaaliset kulttuurielämykset -hanketta. Hankkeen tavoitteena on kehittää XR-konsepti, jolla kulttuurielämykset tuodaan ikääntyvälle kotiin uusien teknologioiden avulla, sosiaalisen vuorovaikutuksen ja yhteisöllisyyden mahdollistavalla tavalla. Hanke toteutetaan välillä 09/2021-08/2023 ja sen rahoittaa Uudenmaan liitto/Euroopan aluekehitysrahasto osana EU:n COVID-19 pandemian johdosta toteutettavia toimia (REACT-EU).

Hankkeen toteutuksesta vastaa Haaga-Helian Palvelukokemusten laboratorio [LAB8](#)

#### Lähteet:

- Armitage, R., & Nellums, L. 2020. COVID-19 and the consequences of isolating the elderly. *Lancet Public Health* 5(5), pp. 256.
- Braun, M. T. 2013. Obstacles to social networking website use among older adults. *Computers in Human Behavior*, 29, 3, pp. 673–680.
- Davis, F. 1989. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly* 13(2), pp. 319-340.
- De la Vega, P., Suarez-Fernández, S., Boto-García, D. & Prieto-Rodríguez, J. 2020. Playing a play: online and live performing arts consumers profiles and the role of supply constraints. *Journal of Cultural Economics*, 44, pp. 425–450.
- Edvardsson, B. & Olsson, J. 1996. Key Concepts for New Service Development. *The Service Industries Journal* 16(2), pp. 140-164.
- Kim, S., Gajos, K., Muller, M. & Grosz, B. 2016. Acceptance of mobile technology by older adults: a preliminary study. In *Proceedings of the 18th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services (MobileHCI '16)*, Florence, Italy, September 2016, pp. 147–157.

- Mostaghel, R. 2016. Innovation and technology for the elderly: systematic literature review. *Journal of Business Research* 69, pp. 4896-4900.
- Pesonen, J., Komppula, R. & Riihinen, A. 2015. Typology of senior travellers as users of tourism information technology. *Information Technology & Tourism*, 15, 3, pp. 233–252.
- Van Dijk, J. 2020. [Closing the Digital Divide](#). United Nations. (pdf)
- Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. 2003. User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly* 27(3), pp. 425-478.
- Williams, D., Alam, M., Ahamed, S. & Chu, W. (2013). Considerations in Designing Human-Computer Interfaces for Elderly People. 13th International Conference on Quality Software, pp. 372-377.

Kuva: [www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com)