Erica Heljo

Teleoperaattori kaventamassa ikääntyvien digikuilua

Kuinka Telia voi tarjota saavutettavamman tuen ikääntyvälle asiakaskunnalleen

Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö
Digitaalisen median pro gradu -tutkielma
Viestinnän monialainen maisteriohjelma

Vaasa 2025

VAASAN YLIOPISTO
Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö
Tekijä: Erica Heljo
Tutkielman nimi: Teleoperaattori kaventamassa ikääntyvien digikuilua: Kuinka Telia voi tarjota saavutettavamman tuen ikääntyvälle asiakaskunnalleen
Tutkinto: Filosofian maisteri
Oppiaine: Viestinnän monialainen maisteriohjelma
Digitaalinen media
Työn ohjaaja: Heidi Hirsto
Valmistumisvuosi: 2025 **Sivumäärä:** 95

TIIVISTELMÄ:
Yritysten tuotteet, palvelut ja niiden ohjeistukset digitalisoituvat jatkuvasti, mikä on lisännyt tarvetta saavutettavalle ohjesisällölle ja helposti löydettävissä olevalle tiedolle. Myös Euroopan komissio on laatinut omat tavoitteensa Euroopan digitalisoitumisesta sekä palveluihin pääsyn yhdenvertaiseksi tekemisestä (Sosiaali- ja terveysministeriö, 2018). Digitalisoituminen näkyy myös teleoperaattoreiden toiminnassa. Teleoperaattori Telian tavoitteena on yrityksenä varmistaa mahdollisimman laaja digitaalinen inkluusio sekä jakaa tietoa digitaalisten laitteiden käytöstä ja turvallisesta verkkoasioinnista haavoittuvassa asemassa olevalle asiakaskunnalleen.

Tässä tutkimuksessa selvitetään, kuinka teleoperaattori Telia voisi tarjota riittävän tuen digitaalisten laitteiden käyttöön sekä verkossa asiointiin ikääntyvälle asiakaskunnalleen. Tutkimuksessa on kaksi tutkimuskysymystä, joista ensimmäisessä selvitettiin kohderyhmän näkökulmasta mahdollistavia, uhkaavia, sekä rajoittavia tekijöitä, kun puhutaan digitaalisten laitteiden käytöstä ja verkossa asioimisesta. Toisessa tutkimuskysymyksessä selvitettiin kohderyhmän tarpeita ohjesisällölle sekä tuelle, jotta digitaaliset laitteet ja palvelut sekä näiden ohjesisällöt olisivat saavutettavissa. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys perustuu digitaalisen osallisuuden, saavutettavuuden, ikääntymisen, asiakaskokemuksen sekä käytettävyyden teorioiden ympärille. Tutkimuksen aineisto on kerätty OP Ryhmän Varmuutta verkkoon -viikolta, jossa Telia on ollut mukana jakamassa tietoa sekä uusia taitoja ikääntyvälle kohderyhmälle. Aineisto kerättiin kyselylomakkeella, joka koostui suljetuista asenneväittämistä sekä avoimista kysymyksistä. Kyselyyn saatiin yhteensä 1349 vastausta.

Tutkimuksessa havaittiin, että mahdollistavia tekijöitä ovat toimivat chat-palvelut, joissa on tekoälypohjaisia toimintoja taustalla. Mahdollistavien tekijöiden joukossa esiin nousi myös toive videopuheluiden hyödyntämisestä, sillä niiden avulla ohjeita voidaan jakaa multimodaalisesti. Tutkimuksessa havaittiin, että kielelliset haasteet ikääntyvän kohderyhmän ja asiakaspalvelun välillä saattavat koitua ongelmaksi. Kielellisten ongelmien lisäksi myös asiakaspalvelusta peräisin oleva ylimielinen asenne saattoi vaikeuttaa avun saantia, kun kohderyhmä sitä tarvitsi. Kohderyhmän tarpeet, eli vastaus toiseen tutkimuskysymykseen, toivat ilmi sen, että hyville verkkosisällöille on tarvetta, jonka lisäksi paikan päällä järjestetyt tilaisuudet, webinaarit ja kurssit tukevat oivallisesti kohderyhmän mahdollisuuksia oppia käyttämään digitaalisia laitteita sekä asioimaan turvallisesti verkossa. Tutkimuksen pohjalta voidaan todeta, että ikääntyvät haluavat oppia uutta tämän hyödyntämisestä reaaliajassa. Suurin osa kohderyhmästä kaipaa kuitenkin ymmärrettävää sekä luotettavaa tietoa arkipäiväisistä toiminnoista, eli turvallisesta verkossa asioimisesta sekä digitaalisten laitteiden tarpeellisesta käytöstä.

AVAINSANAT: digitaalinen osallisuus, digitaalinen syrjäytyminen, saavutettavuus, käytettävyys, asiakaskokemus, ikääntyminen, teleoperaattorit, kyselytutkimus

Sisällys

1 Johdanto 6
1.1 Tavoite 8
1.2 Aineisto 10
1.3 Menetelmä 13
1.4 Telia yrityksenä 15
1.4.1 Digitaalinen inkluusio Telialla 16
1.4.2 Telian tarjoama apu 17
2 Ikääntyvien digiosallisuus 19
2.1 Digitaalinen osallisuus 19
2.2 Digitaalinen syrjäytyminen 20
2.3 Ikääntyvien haavoittuvuus 22
2.4 Ikääntyville tarjolla oleva tuki 24
2.4.1 Julkisen ja kolmannen sektorin tarjoama tuki 25
2.4.2 Teleoperaattorit tuen tarjoajana 26
3 Kaikille saavutettavat palvelut 28
3.1 Digitaalinen saavutettavuus 28
3.2 Saavutettavuuden lajit 29
3.2.1 Fyysinen saavutettavuus 30
3.2.2 Tekninen saavutettavuus 31
3.2.3 Sosiaalinen saavutettavuus 31
3.2.4 Kognitiivinen saavutettavuus 32
3.2.5 Kielellinen saavutettavuus 32
4 Saavutettavuuden sääntely 34
4.1 Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta 34
4.2 Esteettömät palvelut kaikille käyttäjille 36
4.3 WAI-AGE ja WCAG-ohjeistus 37
5 Käyttäjäkokemus 41
5.1 Käytettävyys 42

5.2 Asiakaskokemus 43

6 Telia saavutettavan tuen tarjoajana ikääntyvälle asiakaskunnalle 46

6.1 Rajoittavat tekijät 48

6.1.1 Apua verkkoasiointiin ja digitaalisten laitteiden käyttöön 49

6.1.2 Ymmärrettävyyden esteet 49

6.1.3 Luottamus omia taitoja kohtaan 51

6.1.4 Huijausviestin saaminen 52

6.2 Mahdollistavat tekijät 53

6.2.1 Toimivat chat-palvelut 54

6.2.2 Maksuttoman videopuhelun mahdollisuudet 55

6.2.3 Diginatiivit asiakasneuvojat 57

6.2.4 Teleoperaattorilta saatu tuki 58

6.2.5 Tekoälypohjainen chat-palvelu mahdollistavana tekijänä 60

6.3 Uhkaavat tekijät 62

6.3.1 Pelottava verkkoasiointi 63

6.3.2 Tekniset ongelmat 64

6.3.3 Turhauttava uuden opettelu 66

6.4 Tarpeet 67

6.4.1 Apua verkosta ja tietotekniikan asiantuntijoilta 70

6.4.2 Osallisuuden kautta asiakaskokemus myönteiseksi 72

6.4.3 Opastusta arjen käytännön tilanteisiin 74

7 Päätäntö 77

Lähteet 83

Liitteet 92

Liite 1. Kysely OP Ryhmän digiopastuksiin ja Telian webinaariin 92

Taulukot

Taulukko 1. Kyselyyn vastanneiden taustatiedot. 47

Taulukko 2. Rajoittavien tekijöiden asenneväittämien 1–3 tulokset. 48

Taulukko 3. Mahdollistavien tekijöiden asenneväittämien 4–7 tulokset. 54

Taulukko 4. Uhkaavien tekijöiden asenneväittämien 8–10 tulokset. 62

Taulukko 5. Oletko ladannut Mobiilivarmenteen? 63

1 Johdanto

Monet arjen välttämättömistä palveluista ovat siirtyneet viime vuosien aikana verkkoon, minkä myötä turvallisen asioimisen ja riittävän avun takaaminen eri ryhmille on muodostunut välttämättömäksi. Tämän lisäksi Euroopan komissio on antanut omat vaateensa siitä, kuinka erilaisia palveluita niin julkisella puolella kuin osassa yksityisten sektorin palveluita tulee digitalisoida (Sosiaali- ja terveysminiteriö, 2018). Kuinka nämä vaateet pystytään täyttämään ja kuka näiden täyttymisen myötä vaadittavien uusien digitaitojen opettamisesta on vastuussa? Entä kuinka voimme digitalisoituvassa yhteiskunnassa pitää huolen siitä, ettei kukaan jää vaille tarvitsemaansa tukea, kun puhutaan turvallisesta verkossa asioimisesta sekä digitaalisten laitteiden käytöstä?

Yksi näistä digitaalisesti haavoittuvassa asemassa olevista ovat ikääntyneet. Ikääntyminen voi tuoda mukanaan erilaisia fyysisiä, psyykkisiä ja sosiaalisia haasteita (Hill & Sharma, 2020, s. 555–558). Nämä haasteet voivat heikentää kohderyhmän valmiuksia oppia käyttämään digitaalisia laitteita ja asioimaan verkossa erityisesti silloin, kun saatavilla ei ole riittävää käyttöön liittyvää tukea tai selkeitä ohjeita. Saavutettavuuden ongelmat voivat liittyä esimerkiksi fyysiseen, kielelliseen, kognitiiviseen, tekniseen tai sosiaaliseen saavutettavuuteen. Esimerkiksi laitteiden käyttöön liittyvä termistö ei välttämättä ole kohderyhmälle kielellisesti saavutettavaa, mikä voi heikentää tiedon saatavuutta. Tämä voi johtaa siihen, että kielellinen saavutettavuus muodostuu tiedon omaksumisen kynnykseksi, jolloin verkossa olevan sisällön hyödyntäminen on haasteellista (Mason ja muut, 2024, s. 69–72). Tästä huolimatta niin yksityisen kuin julkisen sektorin palveluita ja tuotteita digitalisoidaan.

Digitalisaation etenemisen lisäksi nykyaikaiset verkkohuijaukset ja jatkuvasti uudistuvat digitaaliset laitteet ja verkkopalvelut vaativat verkon käyttäjiltä aivan uudenlaista tarkkuutta sekä taitoja tunnistaa yleisimmät huijausten muodot (Telia Finland, n.d.b). Huijauksista on tullut monikanavaisia, ja ne ovat monien uutislähteiden mukaan yhä vaikeammin havaittavissa. Ylen viimeisimmistä huijauksista kertovista julkaisuista

paljastuukin, että useat liikkeellä olevat huijaukset on toteutettu isojen yritysten tai julkisia palveluita tarjoavien tahojen nimissä ja kohteena ovat haavoittuvassa asemassa olevat henkilöt, etenkin ikääntyvä väestö (Kiviranta, 2024). Verkkohuijauksen uhriksi päätyminen voi myös pahimmassa tapauksessa kasvattaa ikääntyvän kohderyhmän riskiä jäädä nykyaikaisen teknologian ulkopuolelle, eli syrjäytyä digitaalisesti (THL, 2016).

Uhkakuvien lisäksi erilaisten digitaalisten laitteiden ja palvelujen käyttö vaatii uudenlaisia taitoja ja aiemmin opittujen taitojen ylläpitämistä. Usein ongelmaksi muodostuukin, kuka on vastuussa näiden taitojen opettamisesta sekä tarvittavan tiedon jakamisesta. Yhteiskunnalliselta kannalta tavoiteltavana voidaan pitää mahdollisimman laajaa digitaalista inkluusiota. Digitaalisella inkluusiolla tarkoitetaan sitä, että henkilöllä on kyky hyödyntää täysimittaisesti omien taitojensa avulla verkkopalveluita sekä digitaalisia laitteita (Tomczyk ja muut, 2023, s. 117–118). Digitaalista osallisuutta lisäävät aiemman tutkimuksen perusteella esimerkiksi saavutettavat ja käytettävät ohjesisällöt ja toimivat asiakaspalvelukanavat, jotka mahdollistavat yrityksen tarjoamien laitteiden ja palvelujen täysimittaisen hyödyntämisen omasta taitotasosta riippumatta. Myös esteettömyysdirektiivi vaatii, että viranomaiset ja yksityinen sektori tekevät tietyt tuotteet ja palvelut esteettömiksi 28.6.2025 alkaen. Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää, millä tavoin juuri Telian asiakkaat kokisivat tuen paremmin saavutettavaksi.

Telia on yrityksenä ollut tukemassa ikääntyviä jo vuodesta 2022 alkaen. Yrityksen tavoitteena on varmistua asiakaskuntansa riittävistä digitaalisista taidoista sekä taata toimivat yhteydet kaikille käyttäjille (Telia Company, n.d.b). Koko yhtiön tavoitteena on vuoteen 2027 mennessä jakaa oppeja ja osallistaa digitaalisesti yhteensä 3 miljoonaa ihmistä. Nämä toimet ovat jo oikeanlaisia, mutta kysymykseksi muodostuu, kuinka yritys onnistuu Suomessa jakamaan ikäihmisille juuri heidän toiveidensa mukaista tietoa ja taitoja, joita verkkomaailmassa tarvitaan ja missä tietoa tarvitsevat henkilöt voidaan parhaiten tavoittaa.

1.1 Tavoite

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, kuinka teleoperaattori Telia voisi tarjota riittävän tuen digitaalisten laitteiden käyttöön sekä verkossa asiointiin ikääntyvälle asiakaskunnalleen. Ikääntyminen on yksi piirre, joka saattaa aiheuttaa digitaalista haavoittuvuutta (Rosenbaum ja muut, 2017, s. 310–311). Hillin ja Sharman (2020, s. 555–558) mukaan iän myötä kykyjen ja tiedon puute voi myös estää kuluttajaa hankkimasta verkkopalveluiden käyttöön vaadittavia taitoja sekä tarvittavia laitteita. Kun henkilö jää digitaalisen kehityksen ulkopuolelle, on olemassa mahdollisuus syrjäytyä digitaalisesti (Tomczyk ja muut, 2023 s. 117–118).

Telia tarjoaa teleoperaattorina liittymäpalveluita kaikille Suomessa asuville, jonka myötä yhdenvertaisten palvelujen tarjoaminen on yritykselle välttämätöntä demografisista tekijöistä riippumatta. Telian tavoitteisiin on myös kirjattu digitaalisen osallisuuden turvaaminen. Yhteyksien tarjoajana Telia haluaa omalta osaltaan auttaa digitaalisuuteen liittyvän tasa-arvon ja osallistamisen toteutumisessa (Telia Company, n.d.b). Tämän vuoksi on tärkeää ymmärtää kohderyhmän kokemuksia ja toiveita, jotta tuki digitaalisten laitteiden käyttöön ja verkossa asiointiin on mahdollista toteuttaa. Digitaalisten laitteiden käyttö voi pitää sisällään turvallisen puhelimen käytön arjessa ja verkkoasiointi esimerkiksi taidon kirjautua yrityksen digitaalisiin palveluihin. Esimerkiksi teleoperaattoreiden digitaalisissa palveluissa on mahdollista hallinnoida omia liittymiä sekä muita ostoja ja maksuja. Ensimmäisenä tutkimuskysymyksenä toimii:

1. Mitä rajoittavia, mahdollistavia ja uhkaavia tekijöitä iän puolesta haavoittuvassa asemassa olevien verkkopalveluiden ja digitaalisten laitteiden käyttöön liittyy?

Ensimmäisen tutkimuskysymyksen avulla haluan saada paremman käsityksen siitä, mitkä tekijät estävät, voisivat mahdollistaa tai heikentävät kokemusta verkkopalveluiden sekä digitaalisten laitteiden käytöstä. Rajoittavat, mahdollistavat ja uhkaavat tekijät johtavat

tutkimuksen teoreettisesta viitekehyksestä ja mukailevat kohderyhmälle teetetyn kyselyn rakennetta ja kohdeorganisaation selvitystoiveita.

Telia on aloittanut vuonna 2022 työn, jonka avulla iän puolesta haavoittuvassa asemassa olevaa asiakaskuntaa on haluttu innostaa digipalveluiden pariin ja kehittää heidän taitojaan toimia digimaailmassa (Telia Finalnd, n.d.a). Tutkimuksessa selvitän, mitkä tekijät voisivat mahdollistaa uusien digitaitojen ja turvallisen verkossa asioimisen oppimisen. Tämän takia tutkimuksessa on syytä selvittää kohderyhmän tarpeita saavutettavalle tuelle, jonka myötä toiseksi tutkimuskysymykseksi muodostuu:

2. Millaisia tarpeita kohderyhmällä on verkkopalveluiden tuen saatavuuden ja saavutettavuuden suhteen?

Tarpeet liittyvät siihen, minkälaisessa formaatissa kohderyhmä itse kokee, että apu ja tuki olisi parhaalla mahdollisella tavalla löydettävissä ja hyödynnettävissä. Tarpeet voivat liittyä esimerkiksi avun ja tuen löydettävyyteen ja ymmärrettävyyteen. Saavutettavuuteen liittyy myös vahvasti muistettavuus, minkä myötä kohderyhmään kuuluvilla olisi mahdollisuus hoitaa itsenäisesti asioita, vaikka apua ei olisi välittömästi saatavilla (Leskelä, 2019, s. 47).

Jotta tutkimuksen tavoite saadaan täytettyä kerätään kohderyhmään kuuluvilta henkilöiltä kyselyaineisto, jonka avulla selvitän mahdollistavia, rajoittavia ja uhkaavia tekijöitä sekä tarpeita. Kyselytutkimuksen ja teorian pohjalta tunnistetaan kehitysmahdollisuuksia, joista kohdeorganisaatio voi hyötyä. Tässä tutkimuksessa lähtökohtana on, että kohdeorganisaatiolla on sekä velvollisuus että halu palvella paremmin iän puolesta haavoittuvassa asemassa olevaa kohderyhmää. Epäselvää kuitenkin on, minkälaisia toiveita kohderyhmällä on uusien teknologioiden maailmassa sekä missä kanavassa apu on parhaalla mahdollisella tavalla kohderyhmän saavutettavissa.

Tutkimus toteutetaan toimeksiantona Telialle. Tutkimuksen kohderyhmänä ovat Telian yli 65-vuotiaat asiakkaat sekä Telian palveluista mahdollisesti kiinnostuneet yli 65-vuotiaat henkilöt. Ajatus tämän tutkimuksen laatimiselle syntyi yrityksessä viettämäni kesätyöjakson aikana, jolloin olisimme kaivanneet tarkempaa tietoa siitä, minkälaisia tukitoimia verkkoasiointiin iän puolesta haavoittuvassa asemassa oleva asiakaskunta kaipaa. Tietoa tarvitaan myös siitä, kuinka palvelut olisivat saavutettavampia tälle kohderyhmälle, jotta pystytään vastaamaan tavoitteeseen digitaalisen inkluusion toteutumisesta.

1.2 Aineisto

Tutkimuksen aineisto koostuu yli 65-vuotiaden, kohderyhmään kuuluvien henkilöiden kokemuksista, jotka kerätään kyselylomakkeen avulla. Kyselytutkimuksen avulla kartoitan kohderyhmän asenteita sekä toiveita koskien digitaalisten laitteiden käyttöön ja verkkoasiointiin liittyvän tiedon ja ohjeistuksen saatavuutta. Kysely on todettu hyväksi aineistonkeruumenetelmäksi, kun tutkimuksen tarkoituksena on koota tietoa ihmisjoukon arvoista, mielipiteistä tai asenteista (Berger, 2014, s. 186–188). Kyselytutkimuksella voidaan kerätä ajankohtaista tietoa, vaikka kohderyhmä olisi suuri. Tutkimuksen aineisto sisältää sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista dataa.

Tutkimuksen aineisto on kerätty lokakuun toisella viikolla vuonna 2024 järjestetyissä OP Ryhmän digiopastuksissa, joissa Telia toimii kumppanina ja on mukana jakamassa oppeja digitaalisten laitteiden käytöstä sekä turvallisesta verkossa liikkumisesta. Tapahtumat ovat osa OP Ryhmän Varmuutta verkkoon -viikkoa, joihin Telia on jo vuodesta 2022 osallistunut kumppanina. Opastukset on suunnattu yli 65-vuotiaille asiakkaille ja tapahtumia järjestetään useassa eri kaupungissa saman viikon aikana. Pankit, joissa kyselytutkimukseen on mahdollista vastata ovat OP Uusimaa, OP Rantasalmi, Pohjolan OP Ryhmän Oulun ja Rovaniemen toimipisteet, OP Keski-Suomen Jyväskylän toimipiste sekä OP Hämeen Lahden toimipiste. Telia järjesti myös oman webinaarinsa 21.10.2024, jonka jälkeen jaetun linkin kautta oli mahdollista vastata samaan kyselyyn.

Varmuutta verkkoon -viikon kyselytutkimus toteutettiin Lyyti-järjestelmässä, jossa Telia teettää muitakin yrityksen toimintaan liittyviä kyselyitä. Kyselylomakkeen kysymyksistä osa on kerätty jo olemassa olevista saavutettavuustutkimuksessa käytetyistä kyselypohjista. Yksikään valmis pohja ei kuitenkaan vastannut täydellisesti tarpeitani sille, mitä kyselylomakkeella haluan selvittää, joten osa kysymyksistä on muotoiltu suoraan tutkimuskysymysten pohjalta. Testautin kyselylomakkeen iän puolesta kohderyhmään kuuluvilla tutuilla henkilöillä, jotta kyselyn kysymykset ovat ymmärrettävissä ja näiden avulla saadaan parhaat mahdolliset vastaukset tutkimukselle. Lomakkeen testaaminen on tärkeää, sillä mahdollisia puutteita on vaikeaa korjata jälkikäteen (Vehkalahti, 2019, s. 48–49). Lomaketta testautin viidellä (5) henkilöllä ennen sen lopullisen version vahvistumista. Kyselylomakkeen sisältöä hioin 3 kertaa, jotta saisin parhaat mahdolliset tulokset viralliselle kyselylomakkeelle (Liite 1).

Kyselyn suunnitteluvaiheessa jaottelin kysymykset eri aihepiirien mukaan, jotta tutkimuskysymyksien havainnot pystytään helpommin jäsentelemään. Hirsijärven ja muiden (2013, s. 195) mukaan tutkimusaihe vaikuttaa merkittävästi vastaamiseen, mutta kysymysten huolellisella määrittelyllä voidaan vaikuttaa kyselyn onnistumiseen. Kysymykset jaottelin mahdollistaviin, rajoittaviin ja uhkaaviin tekijöihin sekä tarpeisiin. Aihealueet johtivat teoriasta sekä tukivat kohdeorganisaation määrittämää tavoitetta tutkimukselle, eli selvittää ikääntyvien toiveita saavutettavalle tuelle sekä mahdollisia esteitä.

Kyselylomakkeessa hyödynsin Likertin asteikkoa, jonka avulla voidaan selvittää erityisesti kohderyhmän asenteita. Tavallisesti Likertin asteikko on viisiportainen, eli asteikkoa hyödynnetään välillä 1–5, jossa vastaus 1 on useimmiten ”täysin eri mieltä” ja 5 tulkitaan ”täysin samaa mieltä” -vastaukseksi. Tällaisessa asteikossa vastaajan on mahdollista vastata arvo 3, eli neutraali (Göb ja muut, 2007, s. 602–603). Halusin kuitenkin välttyä neutraaleilta vastauksilta, sillä tutkimuksen ensimmäisen tutkimuskysymyksen tavoitteena on selvittää, mitkä tekijät rajoittavat, mahdollistavat tai

uhkaavat digitaalisten laitteiden käyttöä sekä verkossa asiointia. Näin ollen neutraali vastaus voidaan tulkita ”tyhjäksi” vastaukseksi eikä palvele tutkimuksen tavoitetta. Tässä kyselylomakkeessa vastausvaihtoehdot suljetuissa asenneväittämissä ovat asteikolla 1–4, eli Likertin asteikko on neliportainen. Kyselylomakkeen kaikkiin kysymyksiin oli myös pakko vastata, jotta tyhjiä vastauksia ei tule.

Riskinä on vastaajan kyselyn kesken jättäminen, kun vastausvaihtoehtoja on vähän ja kaikkiin kysymyksiin vastaaminen on pakollista (KvantiMOTV, 2010). Ensimmäisellä testauskerralla huomasin, että useisiin kysymyksiin jätettiin vastaamatta, joten päätin asettaa kaikki kysymykset pakollisiksi. Seuraavalla testauskerralla kaikkiin kysymyksiin oli vastattu, joten virallisessa lomakkeessa kaikki kysymykset olivat pakollisia. Kaikki vastaukset tulivat Lyyti-järjestelmään, josta latasin nämä Excel-muodossa ulos. Lyyti itsessään teki kvantitatiivisista vastauksista laskelmia, mutta Excel-ohjelmassa vastauksista on mahdollista tehdä tarkempia laskelmia.

Kyselyyn vastasi yhteensä 1349 henkilöä ja suurin osa vastauksista saatiin Telian omaan webinaariin osallistuneilta henkilöiltä. Tutkimuksen tuloksissa on myös huomioitava se, että ulkopuolelle jäävät kohderyhmään kuuluvat käyttäjät, joilla ei ole lainkaan kyvykkyyksiä asioida verkossa. Kyselyyn oli mahdollista vastata omalta laitteelta webinaarin yhteydessä tai paikan päällä tapahtuvissa digiopastuksissa Telian tarjoamalla tabletilla. Aineiston jokaiseen kysymykseen oli pakko vastata. Avoimissa vastauksissa ilmeni jonkin verran eroavaisuuksia, sillä osaan kysymyksistä oli vastattu ”-” tai ”en vastaa” -vastauksia. Tämä johtuu varmasti avoimien vastausten pakollisuudesta. Vastausten pituuksissa oli myös jonkin verran eroavaisuuksia. Vastausten merkkimäärää ei rajoitettu, mutta vastauksista osa oli virkkeen pituisia ja osa useamman virkkeen pituisia. Seuraavaksi käyn läpi, kuinka kyselyn tuloksia hyödynnettiin osana tutkimusta.

1.3 Menetelmä

Tutkimuksessa yhdistelen kvantitatiivista sekä kvalitatiivista tutkimusta. Tuomen ja Sarajärven (2018, s. 104) mukaan nämä tutkimusmenetelmät usein tukevat toisiaan. Esimerkiksi laajan kvantitatiivisen survey-kyselyn tulokset voivat Hirsijärven ja muiden mukaan luoda perustan sille, kuinka kvalitatiivinen haastattelu toteutetaan (2013, s.195). Tässä tutkimuksessa kvantitatiivisen osion vastauksiin haetaan selityksiä avoimien tutkimuskysymysten vastauksista. Aineisto koostuu kyselytutkimuksen tuloksista, joissa selvitän yleisesti joko Telian tai OP Ryhmän palveluita käyttävien iän puolesta haavoittuvassa asemassa olevien digitaalisen asioinnin mahdollistavia, rajoittavia, sekä uhkaavia tekijöitä ja kohderyhmän tarpeita saavutettavalle tuelle.

Analysoin kvantitatiivisen aineiston deskriptiivisellä tilastoanalyysilla, jossa numerot, keskiarvot ja prosenttiosuudet ovat suuressa roolissa. Deskriptiivisellä tilastoanalyysilla voidaan tarkastella ja eritellä kvantitatiivisen aineiston numeerisia ja määrällisiä tietoja (Nummenmaa ja muut, 2014, Luku 1). Teoreettisessa viitekehyksessä esitellyt teemat auttavat havainnollistamaan, miksi tietyt prosenttiosuudet ja määrät ovat merkityksellisiä seuraavassa vaiheessa tapahtuvaa laadullista analyysia ajatellen. Deskriptiivisen tilastoanalyysin pohjalta avoimien vastausten avulla analysoin kerätyn aineiston sisällönanalyysin sekä sisällönerittelyn keinoin.

Kvalitatiivista aineistoa voidaan tulkita *sisällön erittelyllä*, jonka tavoite on kuvailla aineiston sisältöjä ja tuoda olennainen esiin (Hakala & Vesa, 2013, s. 216–218). Tämä saavutetaan aineiston järjestelmällisellä läpikäymisellä ja aineiston jäsentämisellä luokkiin. Kyselytutkimuksessa hyödynnän aineistolähtöistä eli temaattista lähestymistapaa, jossa aineistoa tarkastellaan teoriassa nousseiden teemojen pohjalta edeten kohti yksityiskohtaisempaa tarkastelua (Braun & Clarke, 2006 s. 77–78). Yksityiskohtaisempi tarkastelu tapahtuu kvalitatiivisessa osassa, joka kerätään kyselytutkimuksen avoimien kysymysten pohjalta.

Kvalitatiivisessa osioissa hyödynnetyt sisällön erittely ja sisällönanalyysi eroavat jonkin verran toisistaan. Useiden tutkijoiden mukaan sisällön erittely on luonteeltaan määrällisempää, toisin kuin sisällönanalyysi on laadullisempaa (Eskola & Suoranta, 1998, Luku 1). Sisällön erittelyssä analysoin sitä, mitä tai miten jostain asiasta on kirjoitettu tai puhuttu, mutta asetettuihin tutkimuskysymyksiin vastataan kvantitatiivisten mittaustulosten perusteella (Eskola & Suoranta, 1998, Luku 1). Tutkimuksessa hyödynnetään sisällönanalyysia sekä sisällön erittelyä.

Tutkimusmenetelmää tukee teoria ikääntymisen tuottamista haasteista, asiakaskokemuksesta, saavutettavuudesta sekä sen eri tasoista ja käytettävyydestä. Lisäksi tarkastellaan tarpeellisilta osin EU-sääntelyä sekä W3C-konsortion laatimaa saavutettavuusohjeistusta. Tutkimuksessa analysoin kohderyhmän kokemuksia erityisesti siitä näkökulmasta, miten yritys voisi löytää iän puolesta haavoittuvassa asemassa olevalle kohderyhmälle uusia keinoja tehdä avusta saavutettavampaa sekä tarpeisiin soveltuvaa. Tämän takia erittely, havainnointi sekä yhtäläisyyksien etsiminen on sopiva käsittelytapa aineistolle, jonka avulla selvitän uusia keinoja tavoittaa ja tarjota tukea kohderyhmälle.

Tärkeässä osassa ovat kyselytutkimuksen avoimet vastaukset, joita analysoin laadullisesti. Laadullisessa tutkimuksessa aineistoa tutkitaan usein kokonaisuutena (Alasuutari, 2011, Luku 2). Kvalitatiivista tutkimusta käytetään myös usein silloin, kun tutkimusyksiköiden suuri joukko ei ole tarpeellinen tai mahdollinen (Alasuutari, 2011, Luku 2). Tässä tapauksessa, kun tutkimuksessa ei voida haastatella laajalla skaalalla kaikkia iän puolesta haavoittuvassa asemassa olevia henkilöitä tai edes kaikkia Telian asiakaskuntaan kuuluvia, jotka kuuluvat kohderyhmään, on määrällisen ja laadullisen analyysin yhdisteleminen paras ratkaisu. Myöskään kaikilla kohderyhmään sopivilla yrityksen asiakkailla ei välttämättä ole kiinnostusta aihetta kohtaan, jonka myötä OP Ryhmän tapahtumista löytyvät kohderyhmään kuuluvat henkilöt, joilla on kiinnostus oppia aiheesta lisää sekä vastaanottaa uutta tietoa ja oppia uusia taitoja.

Kyselyssä käsitellään myös ikääntyvään kohderyhmään kuuluvien henkilöiden kokemuksia ja havaintoja digitaalisten laitteiden käytöstä ja verkossa asioimisesta. Kyselyyn vastanneilta ei iän ja liittymäasiakkuuden lisäksi kysytty muita henkilötietoja ja avoimissa vastauksissa annettuja tietoja käsitellään luottamuksellisesti. Avoimissa vastauksissa kyselyyn vastanneilla on mahdollisuus jakaa henkilökohtaisia tietoja omaehtoisesti, mutta näitä ei hyödynnetä osana aineistoa. Aineiston perusteella ei pystytä selvittämään vastaajien henkilöllisyyttä, sillä vastaajia oli runsaasti ympäri Suomea.

1.4 Telia yrityksenä

Telia on vuonna 1853 perustettu monikansallinen teleoperaattori, joka toimii Suomessa, Ruotsissa, Virossa, Latviassa, Norjassa ja Liettuassa (Telia Company, n.d.a). Ennen Telia Suomea yhtiö tunnettiin Sonerana. Suomalainen pörssiyhtiö Sonera oli saanut alkunsa aiemmasta Posti- ja telelaitoksesta vuonna 1993 yhtiöitetystä Telecom Finlandista (Pörssitieto, n.d.). Soneran ajautuessa talousvaikeuksiin 2000-luvun alussa Sonera ja ruotsalainen Telia yhdistyivät TeliaSoneraksi. TeliaSonera jatkoi toimintaansa Suomessa Sonerana vuoteen 2017 saakka, jonka jälkeen nimeksi muodostui Telia Finland.

Yritys on muutamassa vuodessa kasvanut perinteisestä teleoperaattorista nykyaikaiseksi media- ja teknologiayritykseksi (Telia Company, n.d.a). Telia on monikansallinen ja yksi Pohjoismaiden suurimmista TV-yhtiöistä, jonka lisäksi yksi Suomen johtavista ICT-palveluita tarjoavista yrityksistä. ICT on lyhenne informaatio- ja viestintäteknologioista (Pesu, 2015, s. 2). ICT-hankintojen kohteena voivat olla karkeasti määriteltynä asiantuntijapalvelut, laitteet, palvelimet ja sovellukset. Suomessa yhtiön pääkilpailijoita ovat teleoperaattorit Elisa ja DNA. Yrityspuolella ja ICT-palvelujen osalta kilpailijana toimii esimerkiksi Atea. Yritys toimii sekä yritys- että kuluttajamarkkinassa.

Telia työllistää yhtiötasolla yli 19 000 työntekijää ja tarjoaa palveluitaan yli 25 miljoonalle asiakkaalle ympäri Pohjoismaita ja Baltiaa (Telia Company, n.d.a). Yritys on listautunut

Helsingin ja Tukholman pörsseihin. Koko yhtiön tasolta alkaen kaikkea toimintaa ohjaa tarkoitus keksiä uudelleen parempi, yhdistetty tapa elää, jotta ihmiset voisivat elää täysipainoisempaa elämää ja yritykset työskennellä älykkäämmin (Telia Company, n.d.a).

1.4.1 Digitaalinen inkluusio Telialla

Telialla digitaalinen inkluusio on kuvattu tasa-arvon ja osallisuuden edistämisenä, jotta voidaan varmistua siitä, että yksilöt ja yhteiskunnat Pohjoismaissa ja Baltiassa pystyvät hyötymään digitalisaation mahdollistamasta potentiaalista (Telia Company, n.d.a). Vuonna 2023 Telia tavoitti yli 340 000 henkilöä, jotka halusivat kehittää omia digitaitojaan. Tavoitetut ryhmät olivat pääasiassa lapsia, vanhempia, ikääntyviä sekä maahanmuuttajia. Ainoastaan Telia Finlandin tavoiteluku tästä määrästä oli 18 000 henkilöä.

Vuonna 2024 Telia Finland tavoitti yhteensä 25 000 henkilöä. Vuoteen 2027 mennessä koko yhtiön tavoitteena on tavoittaa 3 miljoonaa henkilöä, jotka haluavat kehittää omia digitaitojaan, mikä on määrällisesti merkittävä kasvu aiempien vuosien tavoitteeseen nähden (Telia Company, 2025, s. 115–122). Tavoittaminen voi tapahtua sekä digitaalisten kanavien että kasvokkain tapahtuvien tilaisuuksien välityksellä (Augustson, 2024). Tavoitettuihin henkilöihin on laskettu mukaan myös välillisesti tavoitetut henkilöt, esimerkiksi erilaisten printtimateriaalien tai digitaalista inkluusiota lisäävien sosiaalisen median reagointien kautta. Telia Company mainitsee nettisivuillaan, että yritys on keskittynyt digitaalisen inkluusion osalta verkkojen kattavuuteen ja digitaalisten taitojen jakamiseen.

Vuoden 2023 aikana Telia Finland julkaisi Turvallisesti verkossa -aloitteen ja rohkaisi lähes 6000 senioria omaksumaan verkkomaailman digitaalisesta turvallisuudesta kertovien webinaarien ja paikallisten työpajojen avulla (Telia Company, n.d.b). Aloite on ollut jatkumoa OP Ryhmän kumppanuudelle. Työpajoista ja opastuksista aiemmin kerätyn palautteen perusteella kohderyhmään kuuluvat henkilöt ovat parantaneet taitojaan

digitaalisten laitteiden käytössä sekä huijausviestien tunnistamisessa (Telia Finland, 2023). Tämä tutkimus toimii jatkumona sille, kuinka edelleen muuttuvassa maailmassa Telia voi tukea tätä kohderyhmää, eli iän puolesta haavoittuvassa asemassa olevia, ja olla yrityksenä tarjoamassa tukea siellä, missä sitä eniten tarvitaan parhaassa mahdollisessa muodossa.

1.4.2 Telian tarjoama apu

Tutkimuksessa haluan selvittää, minkälaisia mahdollistavia, rajoittavia ja uhkaavia tekijöitä sekä tarpeita verkossa asiointiin sekä digitaalisten laitteiden käyttöön liittyy. Ensiksi on kuitenkin olennaista kerrata, missä kanavissa Telia yrityksenä tarjoaa apua kohderyhmään kuuluville henkilöille.

Kanavia, joissa apua on saatavilla ovat yrityksen puhelimitse toimiva asiakaspalvelu, chat-palvelu, sosiaalisen median kanavissa toimiva asiakaspalvelu, Telia Yhteisö sekä Telia-Helppi-palvelu. Telia-Helppi on maksullinen palvelu, joten sitä ei oteta tässä tutkimuksessa huomioon, sillä saavutettavuusstandardit eivät toteudu maksullisuuden myötä. Mahdollisina kanavina avun saamiselle tässä tutkimuksessa nähdään puhelinasiakaspalvelu, chat-asiakaspalvelu, Telia Kaupat, keskimäärin kaksi kertaa vuodessa järjestetyt digiopastukset, Telia Yhteisössä tarjottu apu sekä sosiaalisen median kanavat asiakaspalvelukanavana. Telia Kaupoista on myös mahdollisuus kysyä apua laitteiden kanssa ilmeneviin ongelmiin. Telia Kauppoja on ympäri Suomea Rovaniemeltä Helsinkiin (Telia Finland, n.d.b).

Telia Yhteisö on verkossa sijaitseva keskustelukanava, jossa on tutkimuksen tekohetkellä 48 222 jäsentä ja keskusteluja on luotu 35 933 aiheesta. Telia Yhteisön tavoitteena on tarjota asiakkaille ohjeita ja neuvoja siitä, kuinka Telian tuotteista ja digitaalisesta elämästä voidaan saada mahdollisimman paljon irti (Telia Yhteisö, n.d.). Aiheita on Mobiilivarmenteesta ja turvallisesta verkossa liikkumisesta Applen uusiin laitteisiin ja 3G-verkon sulkeutumiseen. Yhteisössä keskustelevat sekä asiakkaat että Telian työntekijät.

Seuraavaksi määrittelen mitä haasteita ikääntyminen tuo mukanaan, jotka saattavat vaikuttaa digitaalisten laitteiden käyttöön tai turvalliseen verkossa asiointiin.

2 Ikääntyvien digiosallisuus

Ikäihmisen määrittely on ollut aiemmassa tutkimuksessa haastavaa, sillä määrittely voidaan tehdä useiden eri kriteerien perusteella. Määrittely voidaan toteuttaa esimerkiksi ikävuosien tai eläkeikärajan perusteella. Tässä tutkimuksessa ikäihminen määritellään Suomen lakiin perustuvalla määritelmällä, jossa ikäihmiseksi luetaan 65-vuotta täyttänyt henkilö ja tästä vanhemmat (Vanhuspalvelulaki 2012/980).

Tässä tutkimuksessa tavoiteltuna päämääränä voidaan pitää digitaalisen osallisuuden kasvua. Digitaalisella osallisuuden toteutuessa varmistutaan siitä, että kaikki voivat osallistua digitaaliseen maailmaan ja hyötyä tästä täysimittaisesti (Euroopan komissio, n.d.). Digitaalisen osallisuuden vastakohtana voidaan pitää digitaalista syrjäytymistä, jolloin henkilö jää kokonaan digitaalisen kehityksen ulkopuolelle (THL, 2016). Seuraavissa luvuissa käyn läpi, mitä digitaalinen osallisuus ja digitaalinen syrjäytyminen tarkoittavat, sekä millaisia haasteita ikääntyminen voi tuoda verkonkäyttäjille.

2.1 Digitaalinen osallisuus

Digitaalisella inkluusiolla tai digitaalisella osallisuudella tarkoitetaan sitä, että henkilöllä on kyky hyödyntää täysimittaisesti omien taitojensa avulla verkkopalveluita sekä digitaalisia laitteita (Tomczyk ja muut, 2023, s. 117–118). Digitaalista osallisuutta voidaan tarkastella kahdenlaisesta näkökulmasta. Näkökulmat ovat osallisuus digitaaliseen yhteiskuntaan sekä maailmaan ja osallisuus digitaaliseen mediaan. Molemmat näistä perustuvat saatavien hyötyjen yhdenvertaisuuteen ja näiden mahdollistajana ovat sekä teknologinen että pedagoginen osallisuus.

Digitaalinen osallisuus on määritelty myös koko EU:n laajuisena toimena. Digitaalisen osallisuuden toteutuessa varmistutaan siitä, että kaikki voivat osallistua digitaaliseen maailmaan ja hyötyä tästä (Euroopan komissio, n.d.). Digitaalisesti osallistavia sekä tiedonjakajia tarvitaan, jotta motivoituneet haavoittuvassa asemassa olevat henkilöt

voivat löytää tietoa sekä oppia uutta. EU pyrkii tekemään verkossa asioimisesta helpompaa esimerkiksi verkkosisältöjen saavutettavuutta parantamalla, digitaalisia taitoja opettamalla, kielellisiä esteitä poistamalla sekä pääsyn ja liitettävyyden takaamisella. Pääsyllä tarkoitetaan ilmaisen langattoman verkkoyhteyden tarjoamista julkisissa tiloissa, esimerkiksi puistoissa, aukioilla sekä julkisissa rakennuksissa ympäri Eurooppaa. Liitettävyydellä tarkoitetaan luotettavia, nopeita ja turvallisia yhteyksiä, jotka ovat satavilla kaikille ja kaikkialla Euroopan unionissa myös maaseuduilla ja harvaan asutuilla alueilla. EU on määritellyt, että vuoteen 2030 mennessä gigabittinopeuksisten verkkojen tulisi olla kaikkien saatavilla, jotka tarvitsevat kapasiteettia.

Tutkimusten mukaan Isossa-Britanniassa julkiset tilastot korostavat digitaalisen osallisuuden sosiaalisia hyötyjä niille, joilla on kohonnut riski syrjäytyä (Tsatsou, 2022, s. 1476–1478). Isossa-Britanniassa tutkimuksen mukaan sosiaalis-taloudellisesti vaarassa syrjäytyä ovat eteenkin iäkkäät ja erilaisista vammoista kärsivät (Tsatsou, 2022, s. 1476–1478). Saavutettavuus voidaan nähdä keskeisenä tekijänä digitaalisen syrjäytymisen ehkäisemisessä ja digitaalisen osallisuuden hyötyjen edistämisessä.

2.2 Digitaalinen syrjäytyminen

Ikääntymisen ja digitalisoitumisen myötä riskinä on, että haavoittuvassa asemassa olevaan kohderyhmään kuuluvat henkilöt syrjäytyvät kokonaan. Yleisesti syrjäytymisellä tarkoitetaan yhteiskunnan ulkopuolelle jäämistä (Sosiaali- ja terveysministeriö, 2018). Syrjäytymisen syitä ovat esimerkiksi heikko taloudellinen tilanne, koulutuksen puute, terveyteen liittymät ongelmat ja iän myötä tapahtuva syrjäytyminen. Syrjäytymisen myötä ihminen ei täysipainoisesti pysty suoriutumaan arjessa vaadituista tehtävistä.

Yhteiskunnan digitalisoituessa ongelmaksi on noussut myös riski syrjäytyä digitaalisesti. Digitaalisella syrjäytymisellä tarkoitetaan tilannetta, jossa henkilö jää digitaalisen kehityksen ja teknologian ulkopuolelle (THL, 2016). Digitaalisesti syrjäytyneillä henkilöillä ei ole tietoja eikä taitoja hyödyntää nykyaikaista teknologiaa ja kynnys avun pyytämiselle

on voinut kasvaa ylitsepääsemättömäksi. Digitaalisesti syrjäytynyt henkilö ei kykene käyttämään verkkoasiointiin vaadittavia palveluita ja kokee, etteivät nämä palvelut ole hänelle saavutettavissa.

Digitaalinen syrjäytyminen voidaan nähdä myös prosessina, joka esiintyy useissa ryhmissä, vaikka ongelma koskettaa pääasiassa ikääntyneitä, heikosti koulutettuja tai maaseudulla asuvia (Tomczyk ja muut, 2023 s. 117–118). Uuden perspektiivin digitaliseen syrjäytymiseen tuovat myös uudet teknologiat, kuten tekoäly, esineiden internet, koneoppiminen, robotiikka sekä automatisoidut järjestelmät (Park & Humphry, 2019 s. 935–936). Nämä uudet teknologiat vaativat verkon käyttäjältä jo huomattavasti enemmän taitoja ja kyvykkyyksiä kuin perinteinen verkkoasiointi, mikä voi yhteiskunnassa lisätä digitaalista syrjäytymistä.

Bradbrook ja Fisher (2004) ovat määritelleet 5 tekijää, jotka voivat aiheuttaa digitaalista syrjäytymistä. Nämä 5 tekijää ovat toteutumaton pääsy, heikot taidot, sisällölliset ongelmat sekä itsevarmuuden ja jatkuvuuden puute. Näiden 5 kohdan lisäksi tärkeimmäksi digitaalista syrjäytymistä ehkäiseväksi tekijäksi on tutkimusten mukaan ilmennyt käyttäjän henkilökohtainen motivaatio oppia asioimaan digitaalisesti (Tomczyk ja muut, 2023 s. 117). Puolassa tehdyn tutkimuksen mukaan digitaalisesti syrjäytyivät ne henkilöt, joilla oli heikoin motivaatio oppia uutta. Yli puolet puolalaisista, jotka eivät käytä digitaalisia laitteita tai omaa pääsyä Internetiin mainitsivat syyksi motivaation puutteen sekä sen, etteivät hyötyisi käytön opettelusta riittävästi, jotta harjoittelu kannattaisi.

Digitaalinen syrjäytyminen voidaan tässä tutkimuksessa määritellä tilaksi, joka pyritään välttämään, ja jonka kitkemiseksi on löydettävä ratkaisuja. Ratkaisuja on vaikea määritellä absoluuttisesti, mutta kirjallisuuteen pohjaten ratkaisuiksi voidaan määritellä saavutettavuus, digitaalinen saavutettavuus, viestinnällinen saavutettavuus, käytettävyys sekä emotionaaliset aspektit, joita verkkoasiointiin ja digitaalisten laitteiden käyttöön liittyy (Tuomivaara ja Alasoini, 2020, s. 3). Tutkimuksen teoreettinen

viitekehys perustuu näihin teorioihin. Lisäksi vastauksia haetaan kyselytutkimuksen avulla kohderyhmään kuuluvilta henkilöiltä.

Digitaalinen syrjäytyminen voidaan yhdistää myös digikuilun käsitteeseen. Digikuilulla tai digitaalisella kuilulla tarkoitetaan eriarvoisuutta tiedon saamisessa sekä tiedon puuttumisessa (Tuomivaara & Alasoini, 2020, s. 3). Käytännössä digitaaliset kuilut ilmenevät eroina ihmisten mahdollisuuksissa, kyvyissä ja motivaatioissa käyttää ja hyödyntää digitaalisia sovelluksia, välineitä tai palveluita. Digitaaliset kuilut ovat syntyneet yhteiskunnan digitalisoitumisen myötä. Uudet teknologiat edistävät pitkällä aikavälillä tuottavuutta ja hyvinvointia, mutta käyttöönottoon liittyvät murrosvaiheet lisäävät yhteiskunnallista eriarvoisuutta sekä synnyttävät ristiriitoja. Jotta digikuiluilta, eriarvoisuudelta ja digitaaliselta syrjäytymiseltä voidaan välttyä, on keskityttävä digitaalisen osallisuuden kasvattamiseen.

2.3 Ikääntyvien haavoittuvuus

Ikä tuo myös mukanaan erilaisia saavutettavuuteen liittyviä haasteita. Usein toimintakyvyn heikentyessä tarve saavutettaville sisällöille sekä lisätuelle syntyy. Hillin ja Sharman mukaan (2020, s. 555–558) iän myötä ilmeneviä, haavoittuvuutta lisääviä tekijöitä, ovat erityisesti näköön, kuuloon ja muistiin liittyvät ongelmat. Toimintakyvyn heikentyessä myös haavoittuvuus verkkopalveluita käytettäessä voi muodostua uhaksi. Esimerkiksi altistuminen erilaisille verkkohuijauksille ja kalasteluille voi lisääntyä, kun ihminen ei ole tarkkaavaisimmillaan.

Suomessa ikäihmiseksi, eli iän puolesta haavoittuvassa asemassa olevaksi henkilöksi, määritellään yli 65-vuotiaat ihmiset (Terveysverkko, 2013). Ikääntyminen voi kuitenkin olla esimerkiksi fyysistä, biologista tai subjektiivista. Tämän tutkimuksen kannalta on olennaista avata subjektiivisen ikääntymisen käsite, jolla tarkoitetaan ihmisen henkilökohtaisesti kokemiaan tunteita yhteiskuntaan kuulumisesta sekä sitä, mitä henkilö kokee mahdolliseksi saavuttaa tietyssä iässä (Terveysverkko, 2013). Ihmisen

elinympäristön, elintapojen sekä geenien nähdään määrittävän sitä, miten subjektiivinen ikääntyminen koetaan.

Ikääntyminen voidaan jakaa fyysiseen, psyykkiseen ja sosiaaliseen ikääntymiseen (Pajala ja muut, 2008, s. 145–147). Fyysisellä ikääntymisellä tarkoitetaan sitä, kuinka ikääntyminen vaikuttaa henkilön fyysiseen toimintakykyyn. Fyysisen ikääntymisen myötä tapahtuvia konkreettisia muutoksia ovat muun muassa näkö- ja kuuloaistin heikentyminen sekä motoristen ja havaintomotoristen kykyjen heikentyminen. Havaintomotoristen kykyjen heikentyminen johtaa usein ongelmiin esimerkiksi tietokoneen hiirtä käytettäessä, sillä käden ja sormien motoriset taidot heikentyvät iän myötä. Näkö- ja kuuloaistin heikkeneminen ilmenee erityisesti lukemisen haasteina sekä audiovisuaalisen sisällön ymmärtämisessä.

Psyykkinen ikääntyminen näkyy etenkin muistamiseen liittyvissä kyvykkyyksissä sekä muussa kognitiivisessa suorituskyvyssä (Kauppila, 2015, s. 47). Ikääntyessä uuden oppiminen vaikeutuu ja vaatii enemmän toistoja, jotta esimerkiksi verkkoasiointiin liittyvät vaiheet muistuvat mieleen. Sosiaalisella ikääntymisellä tarkoitetaan ihmissuhteissa tapahtuvia muutoksia (Marin, 2008, s. 72–73). Ikääntyessä sosiaalisten verkostojen tärkeys kasvaa, mutta samalla verkostot saattavat monilla kutistua. Heikompituloisilla ikääntyneillä sosiaaliset verkostot muodostuvat usein formaaleista verkostoista, eli ulkopuolisista toimijoista kuten yrityksistä ja kolmannesta sektorista. Myös työelämästä pois jääminen on monissa tapauksissa lisännyt sosiaalisen ikääntymisen mukana tuomia piirteitä.

Cheng ja muut (2024, s. 693) määrittävät ikääntyvien verkonkäyttäjien suurimmiksi haasteiksi hitaamman kapasiteetin käsitellä tietoa, heikentyneen muistin sekä hidastuneen tahdin suoriutua verkon käytön haasteista. Myös teknologinen ahdistus sekä asenteet käytön opettelun hyödyistä voivat lisätä ikääntyvien haavoittuvuutta verkonkäyttäjinä. Kun ikääntynyt on digitaalisesti haavoittunut, voi tämä pahimmassa

tapauksessa johtaa digitaaliseen syrjäytymiseen. Digitaalisen syrjäytymisen ehkäisemiseksi tulee keskittyä digitaalisen inkluusion kasvattamiseen.

Tässä tutkimuksessa ikääntymisen haasteet liittyvät erityisesti psyykkiseen ikääntymiseen, sillä digitaalisten laitteiden ja verkkoasioinnin sujuva käyttö vaatii aiemmin opitun muistamista sekä tarkkaavaisuutta. Myös sosiaalinen ikääntyminen näkyy jonkin verran tutkimuksessa, sillä digitaalinen osallisuus voi vaikuttaa sosiaaliseen ikääntymiseen ja siihen, kuinka henkilö kokee osallisuutta eri tahojen kanssa. Seuraavaksi käyn läpi opastusta ja tukea verkkoasiointiin sekä digitaalisten laitteiden käyttöön tarjoavia tahoja ja näiden roolia yhteiskunnassa.

2.4 Ikääntyville tarjolla oleva tuki

Suomessa digitaalisen tuen tarjoajien kenttä on monipuolinen, mutta sirpaleinen (Pajula ja muut, 2023). Digitukea tarjoavat viranomaisten lisäksi kansalaisneuvonta, hyvinvointialueet, kunnat, kolmas sektori ja yksityiset palveluntarjoajat. Monet digitukea tarvitsevat saavat apua myös epävirallisista lähteistä, kuten ystäväpiiriin kuuluvilta henkilöiltä ja usein apua tarjotaan omille perheenjäsenille.

Seuraavassa luvussa tarkastelen teleoperaattoreiden roolia osallistavina toimijoina sekä niiden merkitystä digitaalisen syrjäytymisen ehkäisemisessä. Lisäksi analysoin, mitkä muut tahot vaikuttavat tällä kentällä ja millä tavoin ne täydentävät teleoperaattoreiden toimintaa. Telian lisäksi samalla toimialalla apua tarjoavat myös teleoperaattorit Elisa ja DNA. Tukea on saatavilla useissa eri muodoissa, kuten ohjeina, paikan päällä tai etäyhteyksien tapahtuvien digiopastuksien kautta sekä puhelimitse tapahtuvana käytön tukena.

2.4.1 Julkisen ja kolmannen sektorin tarjoama tuki

Yhteiskunnassa on useita tahoja, jotka tarjoavat ikääntyville digiopastuksia ja neuvontaa. Julkisen sektorin keskeisiä toimijoita ovat esimerkiksi kunnat, kirjastot, seurakunnat sekä kansalaisopistot. Myös Digi- ja väestötietovirasto jakaa oppeja ikääntyville digiarki-sivuston kautta (DVV, 2024).

Kolmannen sektorin toimijoita, jotka tarjoavat erilaisia digiopastuksia ja neuvontaa ovat esimerkiksi Vanhustyön keskusliiton perustama SeniorSurf ja Enter ry. Vanhustyön keskusliiton SeniorSurf-toiminnan tarkoituksena on verkostoida digiosallisuuden parissa toimivia organisaatioita sekä vapaaehtoisia opastajia (Vanhustyön keskusliitto, 2024). SeniorSurf kertoo omilla nettisivuillaan vahvistavansa seniorien digiosallisuutta ja tukee erilaisia digiopastuksia (SeniorSurf, 2024). SeniorSurfin tavoitteena on myös verkottaa seniorien digiosallisuuden ja digitaitojen parissa toimivia tahoja, julkaista erilaisia aineistoja sekä koota yhteen tietoa teemoista, jotka vaikuttavat seniorien digitaitoihin liittyviin asenteisiin. SeniorSurf on nettisivujensa perusteella laatinut useita erilaisia infograafeja eri toimijoiden käyttöön sekä tekee vahvaa yhteistyötä yritysten kanssa.

SeniorSurfin lisäksi esimerkiksi VALLI Ry on perustanut Ikäteknologiakeskuksen, joka edistää ikäihmisten osallisuutta digitalisoituvassa yhteiskunnassa (VALLI Ry, n.d.). Ikäteknologiakeskus vaikuttaa siihen, että ikääntyvien käyttäjien tarpeet huomioidaan palvelujen ja teknologian kehittyessä sekä yhteiskunnallisessa keskustelussa. Päällimmäisenä tavoitteena on tuoda ikääntyvien ääni kuuluviin päätöksenteon ja kehittämistyön tukena. Teleoperaattoreista Elisa on teettänyt Ikäteknologiakeskuksen kanssa erilaisia tilaisuuksia liittyen ikääntyvien verkonkäyttöön (Elisa, n.d.). Seuraavaksi käydään läpi teleoperaattoreiden kenttä ja se, millaisena toimijana operaattorit yhteiskunnan digitaalisina osallistavina näyttäytyvät tutkimuksen laadintahetkellä.

2.4.2 Teleoperaattorit tuen tarjoajana

Teleoperaattorit tarjoavat palveluita laajasti eri kohderyhmille ja kilpailun eri toimijoiden välillä voidaan nähdä olevan tasaista (Traficom, 2024). Tutkimuksen laadintahetkellä Elisalla on ollut operaattoreista suurin markkinaosuus matkaviestinverkkojen tarjoajana 38 prosentilla. Tasaisesti toisella ja kolmannella sijalla ovat DNA 31 prosentin osuudella ja Telia 30 prosentin osuudella. Muut operaattorit jakavat 1 prosentin koko markkinasta. Ikääntyvät ovat asiakaskuntana suuri ryhmä, jonka myötä kaikilla toimijoilla on nettisivujen tietojen mukaan korkea tahtotila palvella ikääntyvää kohderyhmää tarvittavalla laajuudella sekä kehittää tuotteiden ja palvelujen saavutettavuutta.

Telian pääkilpailijoita Suomessa ovat Elisa ja DNA. Elisa mainitsee nettisivuillaan, kuinka yrityksen missiona on digitalisaatiolla turvata kestävä tulevaisuus (Elisa, n.d.). Yritykselle on tärkeää, että asiakkaat kokevat palvelut ja laitteet toimiviksi ja arkea helpottaviksi. Elisan nettisivuilla kerrotaan yrityksen tekevän yhteistyötä eri seniorijärjestöjen kanssa. Esimerkiksi Enter ry, Joen Severi ry ja Savonetti ry ovat Elisan yhteistyökumppaneita. Elisa mainitsee järjestäneensä Enter ry:n kanssa valmennusta henkilöstölle asiakaskohtaamisiin liittyen sekä vuosittaisen asiakasneuvontapäivän. Näin yritys pitää huolen, että henkilökunta on valmis kohtaamaan ikäihmisiä ja ymmärtää heidän tarpeitaan. Myös Vanhus- ja lähimmäispalvelun liiton VALLI ry:n sekä Ikäteknologiakeskuksen kanssa Elisa on järjestänyt erilaisia senioritilaisuuksia.

Elisa (n.d.) kertoo nettisivuillaan kiinnittäneensä huomiota erityisesti toimintatapoihin, joilla senioriasiakkaita palvellaan. Yritys myös valmentaa henkilöstöään jatkuvasti kohtaamaan eri ikäisiä asiakkaita. Elisan myymälöissä järjestetään senioreille räätälöityjä tapahtumia sekä eläkeläisyhdistysten vierailuja. Tapaamisissa pääteemana on nettisivujen mukaan keskustella siitä, millaisia ideoita ja tarpeita ikäihmisillä on älylaitteiden hankintaan ja käyttöönottoon liittyen.

DNA mainitsee nettisivuillaan tekevänsä yhteistyötä erityisesti Vanhustyön keskusliiton kanssa (DNA, n.d.). Vanhustyön keskusliitto rakentaa STEAn rahoittamassa

ikädigitukihankkeessa valtakunnallista helpdesk-palvelua senioreille digitaitojen sekä digitaalisen osallisuuden edistämiseksi. DNA kertoo nettisivuillaan tukevansa hanketta pääyhteistyökumppanina. Ikätuki-helpdesk tulee olemaan tavoitettavissa puhelimitse, sähköpostitse sekä verkkosivujen kautta. Tarvittaessa helpdeskistä pystytään DNA:n mukaan ohjaamaan asiakas lähiopastukseen. DNA kertoo teettäneensä myös oman Digitaalinen yhdenvertaisuus -nimisen tutkimuksen. Tutkimukseen osallistuneista yli 75-vuotiaista asiakkaista 73 % on kertonut olevansa kiinnostunut uusista laitteista ja 75 % uusista palveluista. 83 % on ilmoittanut olevansa kiinnostunut opettelemaan uusien laitteiden käyttöä.

Telian toimet liittyvät opastusten teettämiseen sekä luotettavan tiedon jakamiseen omalle asiakaskunnalleen. Telia on järjestänyt digiopastuksia OP Ryhmän kumppanina sekä teettänyt omia webinaareja kaksi kertaa vuodessa digiopastusten pohjalta (Telia, n.d.). Telia jakaa omilla nettisivuillaan myös tietoa turvallisesta verkossa liikkumisesta sekä laitteiden turvallisesta käytöstä. Seuraavassa luvussa pureudun siihen, mitä saavutettavuudella tarkoitetaan aiempaan tutkimukseen ja teoriaan pohjaten.

3 Kaikille saavutettavat palvelut

Yleisesti saavutettavuudella tarkoitetaan sitä, että palvelu tai tuote on kaikkien ulottuvilla tai käytettävissä toimintakyvyn tasosta riippumatta (Affonso de Lara ja muut, 2010, s. 175). Saavutettavuus mahdollistaa kaikille ihmisille yhdenvertaisen osallistumisen yhteiskunnan toimintaan riippumatta siitä, minkälaisia rajoituksia ja esteitä he kohtaavat arjessaan (Leskelä, 2019, s. 47). Esimerkkejä saavutettavuuden ilmentymistä ovat esimerkiksi tilojen fyysinen esteettömyys ja median saavutettavuus, joka pitää sisällään selkokieliset ja viittomakieliset sisällöt sekä tekstitetyt uutiset (Hirvonen, 2022). Saavutettavuustutkimus on monitieteistä ja siinä yhdistyvät tietotekniikka, kielentutkimus sekä teknisen viestinnän näkökulmat (Hyppönen ja muut, 2023 s. 125–126).

Saavutettavuus on ennen kaikkea yhdenvertaisuuden edistämistä ja palvelujen laatimista niin, että ne ovat helppokäyttöisiä kaikille käyttäjille mahdollisista rajoitteista huolimatta (Saavutettavasti.fi, n.d.). Toteutuessaan saavutettavuus ei hyödytä ainoastaan haavoittuvassa asemassa olevia henkilöitä, vaan kaikkia käyttäjiä. Tässä tutkimuksessa selvitän digitaalisten laitteiden käytön sekä verkkopalveluiden käytön tuen saavutettavuutta, minkä myötä on tärkeää avata digitaalisen saavutettavuuden tunnuspiirteet sekä saavutettavuuden lajit.

3.1 Digitaalinen saavutettavuus

Digitaalisella saavutettavuudella tavoitellaan sitä, että kaikki ihmiset voivat mahdollisista rajoitteista huolimatta käyttää ja hyödyntää digitaalisia laitteita ja palveluja yhdenvertaisesti ja esteettömästi (Beyene, 2018, s. 124–125). Yleisesti digitalisaatiolla tarkoitetaan laajaa toimintatapojen muutosta, jossa digitaalisia ratkaisuja hyödynnetään yksilön, organisaation ja yhteiskunnan toiminnassa laajamittaisesti. Digitalisoituminen johtaa parempaan saavutettavuuteen, kun digitaaliset palvelut ovat käytettävissä ajasta ja paikasta rippumatta. Organisaatioissa puhutaan myös usein digitaalisesta

transformaatiosta (Verhoef, 2016). Tällä viitataan kokonaisten organisaatioiden laajuisiin muutoksiin, mitkä johtavat esimerkiksi uusien liiketoimintamallien kehittämisestä. Usein nämä liiketoimintamallit mahdollistavat uudenlaisen vuorovaikutuksen asiakkaiden, kilpailijoiden sekä toimittajien kanssa.

Digitaalinen maailma on tuonut mukanaan paljon uusia mahdollisuuksia, mutta joillekin tämä maailma ei ole vielä saavutettavissa (Euroopan komissio, n.d.). Euroopan komission toimia, joilla verkkoelämästä pyritään luomaan helpompaa eri käyttäjille, ovat verkkosisällön saavutettavuudesta huolehtiminen, digitaalisten taitojen kehittäminen, kielellisten esteiden poistaminen, nopeiden yhteyksien takaaminen sekä pääsy, jolla tarjotaan ilmainen langaton verkkoyhteys julkisissa tiloissa (Euroopan komissio, n.d.).

Digitaalisella saavutettavuudella tarkoitetaan sitä, että laitteet ja digitaaliset palvelut ovat fyysisesti saavutettavissa sekä käytettävissä erilaisissa tilanteissa kaikille käyttäjille (Mäkipää, 2022 s. 26–27). Digitaalisesti saavutettavissa olevat palvelut toimivat virheettömästi ja ovat navigoitavissa (Hyppönen ja muut, 2023, s. 125–126) Navigoitavuus liittyy myös vahvasti teleoperaattorin digitaalisiin palveluihin, sillä tietoa sekä tuotteita on paljon. Seuraavaksi käyn tarkemmin läpi tutkimuksen kannalta olennaiset saavutettavuuden lajit ja näiden tunnuspiirteet.

3.2 Saavutettavuuden lajit

Saavutettavuutta voidaan parantaa toimenpiteillä, jotka minimoivat erilaisia esteitä ja parantavat ymmärrettävyyttä ja käytettävyyttä. Saavutettavilla ohjeilla tarkoitetaan kaikkia toimenpiteitä, joilla pyritään minimoimaan erilaisia esteitä ja parantamaan ohjeiden ymmärrettävyyttä ja käytettävyyttä (Leskelä, 2019, s. 47). Nämä esteet voivat olla fyysisiä, kognitiivisia, kielellisiä, sosiaalisia tai teknisiä. Tutkimuksessa selvitän, mitkä ovat iän puolesta haavoittuvassa asemassa oleville asiakkaille rajoittavia, mahdollistavia sekä uhkaavia tekijöitä verkossa asioimiselle sekä digitaalisten laitteiden käytölle. Nämä teemat voidaan yhdistää eri saavutettavuuden lajeihin. Saavutettavuuden lajeiksi on

määritelty fyysinen, tekninen, kognitiivinen sekä sosiaalinen saavutettavuus (Hyppönen ja muut, 2023 s. 125–128). Myös kielellinen saavutettavuus on otettava huomioon tutkimuksessa, sillä kielelliset valinnat vaikuttavat väistämättä ohjeiden ja laitteiden käyttöön liittyvään ymmärrettävyyteen. Muita saavutettavuuden lajeja, joita tässä tutkimuksessa ei ole avattu enempää, ovat taloudellinen saavutettavuus sekä palvelujen saavutettavuus (Euroopan komissio, n.d.). Taloudellinen saavutettavuus pitää sisällään palvelujen ja tuotteiden hinnoittelun, joka mahdollistaa yhdenvertaisen saatavuuden. Palvelujen saavutettavuudella tarkoitetaan esimerkiksi saavutettavaa asiakaspalvelua, mikä on tavoitettavissa monikanavaisesti. Saavutettavuuden lajit yhdessä tukevat kaikille avointa ja yhdenvertaista ja osallistavaa yhteiskuntaa.

3.2.1 Fyysinen saavutettavuus

Fyysisellä saavutettavuudella tarkoitetaan sitä, että esimerkiksi yritysten toiminnot, palvelut ja tuotteet on toteutettu niin, että nämä ovat mahdollisimman laajojen yleisöjen saatavilla (Leskelä, 2019, s. 48). Kun puhutaan esimerkiksi verkkopalveluista, tarkoitetaan laitteistojen ja ohjelmistojen käyttövalmiutta sekä saavutettavuutta, johon liittyvät erilaiset ohjaus- ja tukitoimet. Esimerkiksi helposti ymmärrettävät ja monimuotoiset ohjeet ja opasteet tukevat fyysistä saavutettavuutta.

Fyysinen saavutettavuus liittyy myös laitteiden käyttömukavuuteen sekä erilaisten toimintapainikkeiden luonnollisiin sijainteihin (Leskelä, 2019, s. 48). Fyysisellä saavutettavuudella vaikutetaan iän tuottamien haasteiden tunnuspiirteisiin, sillä ikä tuo mukanaan haasteita erilaisten fyysisten toimenpiteiden suorittamiselle. Fyysinen saavutettavuus ilmenee useimmiten esteettömien tilojen suunnitteluprosessissa, mutta digitaalisista laitteista puhuttaessa myös painikkeiden luonnollisina kohtina tai mahdollisuutena käyttää hiirtä.

3.2.2 Tekninen saavutettavuus

Tekninen saavutettavuus toteutuu silloin, kun verkkosivusto on toteutettu virheettömästi ja noudattaa määriteltyjä saavutettavuusstandardeja (Leskelä, 2019, s. 65–66). Saavutettavuusstandardeihin sekä sääntelyyn pureudun tarkemmin saavutettavuuden sääntelystä kertovassa luvussa 3.4. Verkkosivuston navigointirakenteen on oltava selkeä, ja sen ikonien sekä toimintojen tulee olla helposti löydettävissä käyttäjäkokemuksen optimoimiseksi. Tekninen saavutettavuus toteutuu myös silloin, kun sivusto on hakukoneoptimoitu, eli sen sisältö on helposti löydettävissä eri hakukoneiden kautta.

Tarkemmat teknisen saavutettavuuden vaatimukset on määritelty WCAG 2.1.-ohjeistuksessa, johon pureudun kappaleessa 3.5. Myös aistinvarainen saavutettavuus kytketään usein läheisesti tekniseen saavutettavuuteen, sillä tämä huomioi eri tavoin toimintarajoitteisia käyttäjiä ja heidän tarvitsemiaan ohjeita ja apuvälineitä (Övermark, 2019, s. 67). Aistinvaraisen ja teknisen saavutettavuuden voidaan nähdä tukevan toisiaan ja ottavan huomioon käyttäjän henkilökohtaiset tarpeet. Teknologian voidaan nähdä myös helpottavan monien ryhmien toimimista itsenäisesti (MDN, 2023). Saavutettavuus tarkoittaa sisällön kehittämistä siten, että siinä otetaan huomioon käyttäjien fyysiset ja kognitiiviset kyvyt.

3.2.3 Sosiaalinen saavutettavuus

Sosiaalisella saavutettavuudella tavoitellaan sitä, että kaikki ihmiset olisivat tietotekniikan sidosryhmiä (Hyppönen ja muut, 2023, s. 126). Sosiaalisen saavutettavuuden myötä verkkopalvelujen on välttämätöntä olla yhdenvertaisesti käytettävissä, taloudellisista seikoista kaikille riippumattomasti saatavilla sekä niiden käyttäjille toimivia.

Hyppösen ja muiden mukaan (2023, s. 126) sosiaalisen saavutettavuuden toteutumisessa näkyvät usein palveluntarjoajan arvot sekä asenteet. Sosiaalinen saavutettavuus liittyy myös esimerkiksi asiakaspalvelun tarjoamaan tukeen ja siihen, millaisia emootioita tähän tukeen liittyy. Sosiaalinen saavutettavuus ja asiakaskokemus nähdään tässä tutkimuksessa läheisinä käsitteinä ja nämä kytkeytyvät teoriassa yhteen.

3.2.4 Kognitiivinen saavutettavuus

Kognitiivisella saavutettavuudella tarkoitetaan kaikessa yksinkertaisuudessaan sisältöjen ymmärrettävyyttä (Mäkipää, 2022, s. 51). Myös Leskelän (2019, s. 49) mukaan kognitiiviseen saavutettavuuteen liittyy ymmärrettävyyden lisäksi helppokäyttöisyys. Kognitiivisella saavutettavuudella viitataan erityisesti ratkaisuihin, jotka parantavat tiedon saavutettavuutta. Kognitiivisessa saavutettavuudessa huomioidaan erityisesti käyttäjän tarvitsemat toiminnot tekstisisällön ymmärrettävyyteen, joita ovat esimerkiksi mahdollisuus vaihtaa sisällön kieltä, tekstitykset, terminologian auki selittäminen, kuvittaminen sekä mahdollisuus kuunnella erilaisia sisältöjä.

Tärkeä näkökulma kognitiiviseen saavutettavuuteen ovat kielelliset lähtökohdat. Nimenomaan ymmärrettävä kielenkäyttö on nähty osana yrityksen tarjoamaa laadukasta palvelua (Lamminmäki, 2020, s. 27). Kielenkäyttö liittyy olennaisesti myös tutkimuksen kohderyhmän mahdollisuuksiin löytää saavutettavaa tietoa sekä ymmärtää sitä mahdollisimman tehokkaasti.

3.2.5 Kielellinen saavutettavuus

Digitaalisista palveluista puhuttaessa myös kielellisillä vallinoilla on merkitystä saavutettavuuden kannalta. Kielellinen saavutettavuus saattaa toimia porttina, jolloin verkossa olevaan tietoon on haastavaa päästä käsiksi (Mason ja muut, 2024, s. 69–72). Kielellisillä valinnoilla on merkitystä, sillä ei voida pitää itsestään selvänä, että iän

puolesta haavoittuvassa asemassa olevat henkilöt osaisivat digitaaliseen asiointiin liittyvää termistöä. Mason ja muut (2024, s. 69–72) määrittelevät syiksi heikolle kielelliselle ymmärrykselle a) luku -tai kielitaidottomuuden, b) heikon ymmärryksen käytettävästä laitteesta tai vanhentuneet tietotaidot tai c) tottumuksen käyttää erilaisia laitteita, esimerkiksi mobiililaitetta kannettavan sijaan.

Yksinkertaisuudessaan kielellisellä saavutettavuudella tarkoitetaan esimerkiksi tekstin selkokielisyyttä, tekstin kääntämistä eri kielille tai vieraiden sanojen karsimista tekstin sisältä. On kuitenkin syytä muistaa selkokielen, virkakielen sekä yleiskielen erot (Tiililä, 2022). Euroopan komission mukaan tärkeitä lähtökohtia ymmärrettävän ja selkeän tekstin laatimiselle ovat kohderyhmän, tekstin tavoitteen ja tekstin sisällön määrittely (Saavutettavakieli.fi, 2024). Sisällön kannalta on tärkeää karsia pois turhat asiat ja ryhmitellä aiheet siten, että nämä kerrotaan johdonmukaisessa järjestyksessä. Ohjesisältöjä laadittaessa on myös syytä muistaa välttää monimutkaisia rakenteita, erikoistermejä sekä vaikeaa sanastoa.

Viestinnän saavutettavuudella edistetään kaikkien ryhmien mahdollisuuksia toimia ja menestyä digitalisoituvassa maailmassa (Kuntalitto.fi, 2024). Myös globalisaatio ja monimuotoisuus tuovat omat vaateensa ymmärrettävälle kielelle. Kielellisten valintojen tulee olla ymmärrettävissä. Viestinnän esteet, jotka liittyvät kielelliseen saavutettavuuteen syntyvät useimmiten silloin, kun viestintää ei ole mukautettu kohderyhmän tarpeiden mukaan (Maaß & Rink, 2019, s. 20). Pelkkä mahdollisuus päästä erilaisiin tietoihin käsiksi ei siis riitä määrittämään palvelua tai tuotetta saavutettavaksi. Tämän takia tarvitaan myös sääntelyä sekä saavutettavuusstandardeja, jotka tukevat saavutettavien sisältöjen ja palvelujen suunnitteluprosessia.

4 Saavutettavuuden sääntely

Euroopan parlamentti sekä neuvosto ovat määritelleet vaateensa tuotteiden ja palvelujen saavutettavuudesta vammaisille sekä ikääntyneille Euroopan komission direktiivien perusteella (Euroopan komissio, n.d.). Yhteisillä linjauksilla varmistetaan, että tuotteiden ja palvelujen käyttö EU:ssa on helpompaa etenkin ikääntyville ja vammaisille. Euroopan komission mukaan tuotteiden ja palvelujen saavutettavuus lisää erityisesti sosiaalista osallisuutta ja kansalaisten osallistumista yhteiskunnan toimintaan (Euroopan komissio, n.d.).

Esteettömyysdirektiivi ja saavutettavuusdirektiivi saatetaan usein sekoittaa keskenään, minkä myötä nämä kaksi termiä tulee erottaa toisistaan (Airaksinen, 2021). Saavutettavuusdirektiivi koskee verkkosivujen ja mobiilisovellusten käytettävyyttä ja kohdistuu julkisen sektorin palveluihin. Suomessa saavutettavuusdirektiivi on toimeenpantu digipalvelulakina, mikä velvoittaa erityisesti julkisen sektorin toimijoita. Esteettömyysdirektiivillä säädellään myös yksityisen sektorin palvelujen ja tuotteiden helppokäyttöisyyttä ja saavutettavuutta. Saavutettavien tuotteiden ja palvelujen voidaan nähdä tuottavan kilpailuetua myös yritysmaailmassa (Hyppönen ja muut, 2023 s. 126). Osa saavutettavuuteen sekä esteettömyyteen liittyvistä direktiiveistä on myös yksityisen sektorin pantava toimeen omassa toiminnassaan. Saavutettavuuden sääntely perustuu osin WCAG-ohjeistukseen, johon perehdyn luvussa 3.4.

4.1 Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta

Suomessa digipalvelulailla pannaan täyttöön Euroopan parlamentin ja neuvoston säätämä saavutettavuusdirektiivi (Digipalvelulaki 306/2019, 1 §). Digipalvelulaki asettaa kolme keskeistä vaatimusta, jotka kaikkien sen soveltamisalaan kuuluvien digitaalisten palvelujen, kuten verkkosivustojen ja mobiilisovellusten, on täytettävä. Lain tarkoituksena on edistää digitaalisten palvelujen saavutettavuutta, jolloin edistetään

jokaisen mahdollisuuksia hyödyntää digitaalisia palveluita. Digipalvelulain määrittämät standardit on otettava huomioon palvelujen ja sovellusten suunnittelussa, ylläpidossa sekä kehittämistoimissa.

Digipalvelulakia sovelletaan julkisen sektorin elinten verkkosivujen ja mobiilisovellusten saavutettavuuden takaamiseksi (Digipalvelulaki 306/2019, 2 §). Vaikka digipalvelulaki koskettaa erityisesti julkisen sektorin toimijoiden palveluita, voidaan laissa määriteltyjen periaatteiden mukaan havainnollistaa ikääntyvien haasteiden mukaisia tarpeita. Digipalvelulain määrittämät vaatimukset voidaan kiteyttää seuraavasti (Digipalvelulaki 206/2019, 7 §):

1. Digitaalisen palvelun ja sen sisältöjen pitää täyttää sille asetetut tekniset saavutettavuusvaatimukset eli eurooppalaisen standardin EN 301 549 määrittelemät tekniset vaatimukset palvelulle ja sen sisällöille. Standardissa viitataan WCAG-ohjeistukseen.

2. Digitaalisesta palvelusta pitää löytyä saavutettavuusseloste, joka kertoo käyttäjille sen, kuinka saavutettava palvelu on. Palvelun ja sen sisältöjen saavutettavuus tulee arvioida ja saavutettavuuden tila ja sen mahdolliset puutteet esitellä saavutettavuusselosteessa. Tarjolla on myös työkalu selosteen täyttämiseen.

3. Käyttäjillä pitää olla mahdollisuus antaa toimijalle palautetta saavutettavuudesta eli digitaalisessa palvelussa pitää olla oma kanava saavutettavuuspalautteelle. Palautteeseen tulee vastata 14 vuorokauden kuluessa.

Euroopan komissio korostaa, kuinka tarve saavutettaville tuotteille ja palveluille on kasvanut entisestään eurooppalaisen väestön ikääntyessä (Euroopan komissio, n.d.). Yhteisten saavutettavuusstandardien vahvistamiseksi EU on hyväksynyt Suomessa digipalvelulailla toimeenpantavan saavutettavuusdirektiivin lisäksi eurooppalaisen esteettömyysdirektiivin, jossa on määritelty vähimmäisvaatimukset keskeisten

tuotteiden ja palvelujen saavutettavuudelle (Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2019/882). Tässä tutkimuksessa on olennaista huomioida myös esteettömyysdirektiivin tuomat vaateet yritysten toiminnalle, sillä direktiivi vaikuttaa myös teleoperaattoreiden toimintaan.

4.2 Esteettömät palvelut kaikille käyttäjille

Eurooppalainen esteettömyysdirektiivi koskee kaikkia sekä julkisen että yksityisen sektorin toimijoita (Sosiaali- ja terveysministeriö, 2018). Esteettömyysdirektiivi vaatii, että viranomaiset ja yksityinen sektori tekevät tietyt tuotteet ja palvelut esteettömiksi 28.6.2025 alkaen. Esteettömyysdirektiivin tavoitteena on lisätä esteettömien tuotteiden ja palvelujen saatavuutta ja liikkuvuutta yhdenmukaistamalla niitä koskevia vaatimuksia jäsenvaltioissa, tehdä tuotteista ja palveluista esteettömämpiä ja näin yhteiskunnasta osallistavampi ja helpottaa vammaisten sekä ikääntyvien henkilöiden itsenäistä elämää esimerkiksi verkkopalvelujen käyttäjinä. Usein esteettömät palvelut ja tuotteet yhdistetään esimerkiksi hisseihin tai liuskoihin, mutta nykyään esteettömyys ilmenee yhä enemmän digitaalisten palvelujen ja tuotteiden helppokäyttöisyydessä (Airaksinen, 2021).

Lainsäädännön vaatimukset koskettavat erityisesti tietokoneiden, pankkiautomaattien, lippuautomaattien ja digitelevisioiden esteettömyyttä (Valtioneuvosto, 2023). Tarve esteettömyysdirektiiville on syntynyt kysynnän sekä esteettömiä palveluita tarvitsevien henkilöiden määrän kasvaessa (Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi, 2019/882). Esteettömiä palveluita tarvitsevien määrän nähdään myös kasavavan tulevaisuudessa EU-alueella, jonka myötä yhdenvertaisen asioinnin takaaminen on välttämätöntä. Esteettömyysdirektiivin tavoitteena ja lopputuloksena nähdään osallistavampi ja yhtenäisempi EU sekä haavoittuvassa asemassa olevien henkilöiden elämän helpottuminen (Sosiaali- ja terveysministeriö, 2018). Esteettömyysdirektiivissä on myös määritelty, että palveluntarjoajien tulee varmistaa henkilöstönsä asianmukainen ja jatkuva koulutus, jotta voidaan varmistua työntekijöiden kyvykkyyksistä ohjeistaa

esteettömien tuotteiden ja palvelujen käyttötavoista. Koulutukseen tulee direktiivin mukaan sisältyä tiedotus-, neuvonta- ja mainostoimet (Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2019/882).

Käytännössä esteettömyysdirektiivi vaatii, että tuotteita ja palveluita tulisi pystyä hyödyntämään ilman ulkoista apua (Airaksinen, 2021). Tuotteiden ja palvelujen tulee olla lain mukaisia ja tarjoajan on pystyttävä todistamaan esteettömyys niin kuluttajille kuin viranomaisille. Direktiivi ei kuitenkaan tarkasti määrittele, kuinka esteettömyys tulisi toteuttaa (Airaksinen, 2021). Yrityksillä on tämän takia alakohtaisesti mahdollisuus soveltaa esteettömyyttä sopivalla tavalla. Telia on aloittanut esteettömyysdirektiivin valmistautumisen noudattamalla WCAG 2.1. -ohjeistuksen mukaisia toimia.

Koska teleoperaattori on yksityinen toimija, joka tarjoaa esteettömyysdirektiivin piiriin kuuluvia tuotteita ja palveluita, kyseistä toimialaa koskee asiaankuuluva lainsäädäntö. Esteettömyysdirektiivin saavutettavuusvaatimukset koskevat esimerkiksi puhelimia, tietokoneita, maksupäätteitä ja pankkipalveluita. Muita esteettömyysdirektiivin alle kuuluvia palveluita ja tuotteita ovat sähköiset viestintäpalvelut, esimerkiksi puhelin- ja internetpalvelut sekä 112-hätänumeropalvelut ja verkkokaupat (Sosiaali- ja terveysministeriö, 2018). Suomessa valtioneuvoston linjauksen mukaisesti Sosiaali- ja terveysministeriö pitää huolen toimeenpanon koordinoinnista ja myös valvoo direktiivin toteuttamista. Suomessa esteettömyysdirektiivi on toteutettu digipalvelulain sekä WGAC-ohjeistuksen kautta, johon perehdytään seuraavaksi.

4.3 WAI-AGE ja WCAG-ohjeistus

WAI-AGE-projekti on Euroopan komission rahoittama tutkimushanke, jonka tavoitteena oli selvittää toimintarajoitteisten internetin käyttäjien tarpeita sekä arvioida, kuinka vallitsevat ohjeistukset vastaavat ikääntyneiden käyttäjien vaatimuksiin ja tehdä katsaus verkkoympäristön käytettävyyteen toimintarajoitteisten näkökulmasta (W3C, 2024).

Tutkimuksen toteutti W3C-konsortio, joka vastaa myös WCAG-ohjeistuksen laatimisesta ja kehittämisestä.

WAI-AGE:n mukaan yleisimmät ongelmat ikääntyneillä liittyvät näköön, fyysisen toimintakyvyn heikkenemiseen, kuuloon sekä kognitiivisiin kykyihin (W3C, 2024). Erityisesti kognitiivisten kykyjen heikkeneminen voi johtaa lyhytkestoisen muistin heikkenemiseen sekä aiheuttaa keskittymisvaikeuksia ja hajamielisyyttä, mikä puolestaan voi johtaa navigointivaikeuksiin ja heikentää käyttäjän kykyä suoriutua verkkotehtävistä (W3C, 2024). WAI-AGE-projektin tulokset ovat luoneet pohjan kansainväliselle WCAG-saavutettavuusohjeistukselle, jossa määritellään periaatteet ja vaatimukset verkkosisältöjen saavutettavuudelle.

WCAG-kriteerit on jaettu 3 eri tasolle, jotka ovat A-, AA-, ja AAA. AAA kuvaa tiukinta tasoa, jossa pitää ottaa huomioon näkövammaiset sekä toimintarajoitteiset henkilöt (W3C, 2023). Julkisia toimijoita koskevat A-, sekä AA-tason kriteerit ja näiden tulisi toteutua verkkopalveluissa. A-taso on näistä välttämätön, sillä taso määrittää perusvaatimukset apuvälineillä hyödynnettäville verkkosisällöille. Uudempi WCAG 2.1 -ohjeistus pitää sisällään A- sekä AA-tason kriteereitä (Aluehallintovirasto, 2023).

WCAG 2.1 ohjeistus on jaettu viiteen (5) päälukuun, joilla on jokaisella omat alalukunsa sekä tarkennuksensa (W3C, 2023). Nämä 5 päälukua ovat havaittavuus, hallittavuus, ymmärrettävyys, toimintavarmuus ja ohjeidenmukaisuus. Pääluvut ovat vaatimukset 1. Havaittavuudelle: Informaatio tulee esittää havaittavassa muodossa. Havaittavuutta parantavat esimerkiksi videosisältöjen tekstitykset ja kuvailutulkkaus. Lisäksi tekstivastineet mediasisällöille, kuten ALT-tekstit, edistävät sisällön saavutettavuutta. Responsiivinen muotoilu parantaa havaittavuutta mukauttamalla sisällön eri laitteille ja ruudunlukijoiden vaatimuksiin. Havaittavuuden suunnittelussa kiinnitetään erityistä huomiota käyttäjiin, joilla on näkö-, kuulo- tai motorisia rajoitteita.

Kohta 2 liittyy hallittavuuteen, jolla tarkoitetaan käyttöliittymäkomponenttien sekä navigoinnin hallittavuuteen liittyviä vaateita (W3C, 2023). Hallittavuuden myötä kaikkien käyttäjien tulisi voida käyttää verkkosivustoa tai ohjesisältöä ilman esteitä. Sivuston tulisi toimia näppäimistöllä sekä muilla tarvittavilla apuvälineillä ja painikkeiden tulee olla esteettömiä. Nettisivun tulee myös noudattaa johdonmukaista rakennetta sekä olla helposti navigoitavissa.

Kohta 3 liittyy ymmärrettävyyteen. Informaation ja käyttöliittymän toiminnan tulee olla ymmärrettävää (W3C, 2023). Esimerkiksi sisältöjen ja käyttöliittymien on oltava helposti ymmärrettäviä ja ennakoitavissa. Tämä saavutetaan käyttämällä selkeää ja yksinkertaista kieltä sekä tarjoamalla automaattisia virheilmoituksia ja korjausohjeita. Lisäksi sisältöjen tulee olla johdonmukaisesti suunniteltuja. Parantamalla ymmärrettävyyttä voidaan konkreettisesti vähentää esimerkiksi asiakastuen tarvetta.

Kohdassa 4 otetaan kantaa käyttöliittymän ja verkkopalveluiden toimintavarmuuteen (W3C, 2023). Sisällön tulee olla toimintavarmaa, jotta se voidaan luotettavasti tulkita laajalla valikoimalla asiakasohjelmia, kuten avustavien teknologioiden avulla. Avustavia teknologioita voivat tarvita myös iän myötä haavoittuvassa asemassa olevat käyttäjät, sillä ikääntyminen voi tuoda mukanaan erilaisia kuuloon ja näköön liittyviä haasteita (Hill & Sharma, 2020, s. 555–558).

Kohta 5 liittyy ohjeidenmukaisuuteen. Tässä yhteydessä ohjeidenmukaisuudella tarkoitetaan häiriöttömyyttä sekä ainoastaan saavutettaviin tapoihin käyttää teknologioita (Aluehallintovirasto, 2023). Ohjeidenmukaisuudella voidaan myös määritellä, kuinka hyvin verkkosivut ja näiden ohjesisältö noudattavat saavutettavuusvaatimuksia.

Kun WCAG 2.1. tason ohjeistukset toteutuvat, puhutaan usein virheellisesti saavutettavuuden toteutumisesta tietyssä palvelussa (Hyppönen, 2023, s. 126). Kyseinen ohjeistus liittyy kuitenkin ainoastaan yhteen saavutettavuuden lajiin, tekniseen

saavutettavuuteen ja tämän toteutumiseen. WCAG-ohjeistus ei suoranaisesti velvoita yksityisen sektorin toimijoita mukauttamaan verkkosivujaan ja ohjesisältöjään sen vaatimusten mukaisiksi. WCAG 2.1 -ohjeistuksen noudattamisesta on kuitenkin merkittäviä hyötyjä yrityksille, jotka pyrkivät parantamaan asiakaskokemusta ja eri kohderyhmien käyttäjäkokemusta yrityksen omissa kanavissa. Kesäkuussa 2025 voimaan astuvan esteettömyysdirektiivin määräykset, jotka koskevat myös teleoperaattoreita ja vastaavia yrityksiä, sisältävät WCAG 2.1 -ohjeistukseen perustuvia vaatimuksia. Tämän myötä kyseisen ohjeistuksen sisältö on keskeinen huomioon otettava tekijä tässä tutkimuksessa. Seuraavissa luvuissa käyn läpi, kuinka käyttäjäkokemus, asiakaskokemus ja käytettävyys näyttäytyvät verkkopalvelujen saavutettavuudessa sekä oikeanlaisen avun tarjoamisessa.

5 Käyttäjäkokemus

Teoreettisesta näkökulmasta katsottuna toimivat käyttöliittymät ovat keskeinen edellytys positiivisen käyttäjäkokemuksen muodostumiselle. Positiivinen käyttäjäkokemus puolestaan edistää asiakaskokemuksen parantumista, mikä on olennaista digitaalisen osallisuuden toteutumisen kannalta. Koska teleoperaattorialalla kilpailu on tasaista, asiakkaiden kokemuksilla on merkittävä rooli. Tästä syystä saavutettavuuden ja digitaalisen osallisuuden ohella on tärkeää tarkastella myös käsitteitä käyttäjäkokemus, käytettävyys ja asiakaskokemus.

Käyttäjäkokemuksella tarkoitetaan käyttäjän tunteita, mieltymyksiä, uskomuksia, fyysisiä ja psyykkisiä kokemuksia, jotka syntyvät tuotteen tai palvelun käytön aikana, sitä ennen tai sen jälkeen (International Organization for Standardization, 2010). Käyttäjäkokemus voidaan Tullisin ja Billin mukaan (2013, s. 4) jakaa kolmeen osaan, jotka ovat itse käyttäjä, käyttäjän vuorovaikutus käyttöliittymän kanssa sekä käyttäjän tunnetilat käytön aikana. Käyttäjäkokemukseen pohjautuvan tutkimuksen tavoite voidaan nähdä laajempana kuin itse käytettävyyden (Moczarny ja muut, 2012, s. 21). Käyttäjäkokemuksessa otetaan huomioon sosiaalisia, kulttuurisia ja psykologisia ilmentymiä itse käytettävyyden attribuuttien lisäksi. Käytettävyydessä ja saavutettavuudessa korostetaan eniten suoriutumista ja onnistumista, toisin kuin käyttäjäkokemus on subjektiivista ja sillä pyritään tyydyttämään käyttäjän tarpeet. Parhaassa tapauksessa käytettävyys ja saavutettavuus täyttävät käyttäjän tarpeet ja sitouttavat käyttäjän käyttämään tuotetta myös uudestaan (Sinkkonen ja muut, 2006, s. 248).

Käyttäjäkokemus voidaan siis määritellä henkilön käsityksinä ja reaktioina, jotka johtuvat tuotteen, järjestelmän tai palvelun käytöstä tai odotetusta käytöstä (Lorenz ja muut, 2023 s. 1–2). Käytettävyys taas on määritelty Lorenzin ja muiden (2023 s. 1–2) mukaan laajuudeksi, jossa tietyt käyttäjät voivat käyttää järjestelmää, tuotetta tai palvelua saavuttaakseen tietyt tavoitteet *tehokkaasti*, *tuloksellisesti* ja *tyytyväisesti* tietyssä käyttöyhteydessä.

Tässä tutkimuksessa käyttäjäkokemus korostuu kohderyhmän kokemusten tarkastelussa erityisesti yrityksen asiakaspalvelukanavien osalta. Eri ikäryhmiin kuuluvat käyttäjät voivat kokea esimerkiksi verkkopalvelun käytön eri tavoin. Ikääntyvien osalta on olennaista ottaa huomioon toimintarajoitteet, asenteet, pelot sekä mahdolliset aiemmat kokemukset (Johnson & Finn, 2017, s. 17).

5.1 Käytettävyys

Kansainvälinen standardisointijärjestö ISO (International Organization of Standardization) määrittelee käytettävyyden seuraavasti: ”Se, missä määrin tietyt käyttäjät voivat käyttää tuotetta saavuttaakseen tietyt tavoitteet tehokkaasti, tuloksellisesti ja tyytyväisinä tietyssä käyttöyhteydessä” (International Organization for Standardization, 2009). Käytettävyydellä tarkoitetaan myös sitä, missä määrin ihmiset kokevat digitaalisten palvelujen tai laitteiden käytön vaivattomaksi ilman merkittäviä ponnisteluja (Wood & Moreau, 2006). Käytettävyys voidaan siten nähdä sekä asiakaskokemuksen että käyttäjäkokemuksen olennaisena osana. ISO-standardoinnin tuottavuudella (effectiveness) tarkoitetaan sitä, kuinka tarkasti ja ilman virheitä käyttäjä suorittaa haluamansa toimenpiteet (Suominen, 2019, s. 62). Tehokkuudella (efficiency) tarkoitetaan sitä, miten käytössä olevat resurssit soveltuvat käyttötarkoitukseen ja auttavat käyttäjää saavuttamaan tavoitteensa tarkasti ja ilman virheitä.

Käytettävät digitaaliset palvelut voidaan yksinkertaisuudessaan määritellä myös ”käyttöliittymän kautta” (Bodker, 1990). Swartsin mukaan (2024, s. 3–5) käytettävät digitaaliset palvelut ovat *opittavissa, tehokkaita, toimivia, virheitä sietäviä* sekä *tyydyttäviä käyttää*. Myös Nielsenin mallissa käytettävyys muodostuu viiden ominaisuuden varaan: opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virheettömyys sekä miellyttävyys (Nielsen, 1993, s. 25). Näin ollen käytettävyyteen voidaan yhdistää erilaisia tunnetiloja, jotka vaikuttavat tämän tutkimuksen kyselyn vastaajien asenteisiin.

Kun puhutaan käytettävyydestä, on muistettava, ettei pelkästään ISO-standardointi riitä kertomaan käyttöliittymän helppokäyttöisyydestä sekä opittavuudesta (Sinkkonen ja muut, 2006). Sinkkosen (2006) mukaan opittavuus ja osittain myös helppokäyttöisyys ovat osa tehokkuutta, ja jotta tuote tai palvelu on tehokas, tulee tämän myös olla opittavissa. Hyvän käytettävyyden saavuttamiseksi on näin ollen ensiksi tunnettava kohderyhmä ja kyseisen kohderyhmän tarpeet, jolle verkkopalveluita halutaan tuottaa. Esimerkiksi käytettävää verkkosivua rakentaessa tulee ottaa huomioon sisältö, toiminnot ja ulkoasu. Sisällön tulee olla relevanttia, määrällisesti sopivaa ja päätöksentekoa tukevaa. Kielen tulee olla saavutettavuusohjeiden mukaisesti selkeää ja termit sekä käsiterakenteet on muotoiltava ymmärrettäviksi. Nämä käytettävyyteen liittyvät valinnat voivat parantaa asiakaskokemusta merkittävästi. Seuraavaksi käyn läpi mistä asiakaskokemus muodostuu teoriaan pohjaten.

5.2 Asiakaskokemus

Asiakaskokemuksella tarkoitetaan sitä näkökulmaa, millaisena asiakas kokee vuorovaikutuksen palveluntarjoajan kanssa (Becker & Jaakkola, 2020, s. 634–636). Reaktiot asiakaskokemuksesta voivat olla myönteisiä tai kielteisiä ja liittyvät useimmiten kognitiivisiin, emotionaalisiin, fyysisiin tai sosiaalisiin kokemuksiin. Esimerkiksi kokemukset palveluntarjoajaa kohtaan, mitkä vähentävät luottamusta tai ärsyyntymistä aiheuttavat tekniset ongelmat voidaan nähdä asiakaskokemusta heikentävinä toimina. Verhoefin ja muiden mukaan (2016) asiakaskokemus on moniulotteinen, kokonaisvaltainen konstruktio, joka sisältää asiakkaiden kognitiiviset, affektiiviset, emotionaaliset, sosiaaliset ja fyysiset reaktiot palveluntarjoajaa kohtaan (Jongmans ja muut, 2022).

Asiakaslähtöisyydessä on kyse siitä, että palvelu on asiakkaan saatavilla, hänelle ymmärrettävässä muodossa ja vastaa hänen tarpeisiinsa (Voutilainen & Räsänen, 2013, s. 17–18). Ilman riittäviä taitoja ja ohjesisältöjä teleoperaattoreidenkaan palvelut eivät ole haavoittuvien kohderyhmien saavutettavissa. Palvelu on useimmiten myös

luonteeltaan aineetonta ja toteutuu vuorovaikutuksessa, jossa yritys pyrkii vastaamaan palvelutarpeeseen ja tuottamaan asiakkaalle lisäarvoa (Lehmuskoski & Kuusisto-Niemi, 2012, s. 21–22).

Yhdenvertainen asiointi on keskeinen tekijä hyvän asiakaskokemuksen muodostumisessa. Asiakaskokemus on ajan saatossa muovannut muotoaan. 1990-luvulla painopiste oli vahvojen asiakassuhteiden luomisessa yrityksen asiakkaisiin, kun taas 2000-luvulla keskeiseksi tarkastelun kohteeksi nousi asiakaskokemuksen ja sen eri elementtien keskinäiseen vaikutukseen (Lemon & Verhoef, 2016). Lemonin ja Verhoehfin mukaan 2010-luvulta lähtien on korostettu erityisesti asiakkaita osallistavan kokemuksen luomista. Tämä lähestymistapa on nähtävissä myös Telian asiakaskokemuksen kehittämisessä, erityisesti sen iän puolesta haavoittuvassa asemassa olevan kohderyhmän osalta. Haasteeksi kuitenkin muodostuu, missä yritys voi parhaiten jatkossa osallistaa eri kohderyhmiä, kun digitaalinen maailma sekä palvelut yleistyvät entisestään.

Arcand ja muut (2017 s. 1080–1082) ovatkin tutkimuksessaan osoittaneet, kuinka kiinnostuksen herättäminen sekä mahdollisuus oppia palveluntarjoajalta uutta ovat vaikuttaneet palveluntarjoajaa kohtaan koettuun luottamukseen hyvin myönteisesti. Negatiivisia tunteita, jotka asiakaskokemukseen vaikuttavat, ovat Arcnandin ja muiden (2017 s. 1080–1082) tutkimuksessa olleet kärsimättömyys, negatiivisuus sekä tylsyys. Näiden tunteiden on voitu nähdä heikentävän palveluntarjoajaa kohtaan koettua luottamusta. Luottamus on myös tässä tutkimuksessa keskeisessä roolissa, sillä verkkopalvelujen sekä digitaalisten laitteiden käyttö koetaan usein hyvin henkilökohtaiseksi.

Osallisuus ymmärretään usein tunteena, joka syntyy, kun ihminen on osallisena jossakin yhteisössä esimerkiksi opiskelun, työn, harrastus- tai järjestötoiminnan kautta (Keskinen, 2022). Osallisuus ilmenee usein ihmisten arvostuksena, tasavertaisuutena sekä luottamuksena vaikuttaa asioihin. De la Cuesta-Gonzalez ja muiden (2021) mukaan

henkilön kokemat tunteet, esimerkiksi häpeä tai epäluottamus ovat vaikuttaneet digitaaliseen asiointiin ja siihen, kuinka uudenlaiseen tapaan asioida on suhtauduttu.

Myös Jain ja muut (2017 s. 648–650) määrittelevät asiakaskokemuksen tunteiden, käsitysten ja asenteiden yhdistelmäksi, mikä muodostuu päätöksenteon prosessin ajan ja johon liittyy kohtaamisia ihmisten, esineiden, prosessien ja ympäristön kanssa. Kokemukset ja tunteet pyritään muodostamaan mahdollisimman myönteisiksi, minkä myötä tämän tutkimuksen avulla on tärkeää selvittää kohderyhmään kuuluvan yleisön tarpeita sekä mahdollisia rajoittavia ja uhkaavia tekijöitä.

Asiakaskokemus nähdäänkin usein subjektiivisena, moniulotteisena ja kokonaisvaltaisena ilmiönä (Helkkula, 2011 s. 367–369). Tämä rakentuu aiempien kokemusten sekä odotusten, asenteiden ja mielipiteiden varaan. Koska kokemus on subjektiivinen, samasta palvelusta tai laitteesta voi syntyä useita erilaisia asiakaskokemuksia. Tämän vuoksi myös saavutettavuuteen liittyvät tarpeet vaihtelevat yksilöllisesti, sillä ne perustuvat erilaisiin käyttäjän kohtaamiin haasteisiin ja rajoitteisiin palvelua tai laitetta käyttäessä.

Asiakaskokemuksessa näyttäytyy vahvasti myös kontekstisidonnaisuus, sillä yhdellä asiointikerralla asiakas voi olla hyvin tyytyväinen saatuun tukeen ja apuun ja seuraavalla asiointikerralla tilanne on toinen (Becker, Jaakkola, 2020 s. 634–636). Tämän takia myös tämän tutkimuksen tuloksissa voi näkyä kontekstisidonnaisen asiakaskokemuksen myötä koetut tunteet, jotka voivat liittyä esimerkiksi palveluntarjoajan myymälässä koettuihin tilanteisiin. Näihin tilanteisiin voivat vaikuttaa myös ulkoiset tekijät, esimerkiksi muut asiakkaat tai ruuhkainen asiointihetki. Tämän vuoksi kyselytutkimukselle on syytä kerätä laaja otanta, jotta yksittäiset kokemukset eivät vaikuta tutkimuksen tuloksiin, joiden analyysiin siirryn seuraavassa luvussa.

6 Telia saavutettavan tuen tarjoajana ikääntyvälle asiakaskunnalle

Tutkimuksen aineisto koostuu kohderyhmään kuuluvalle asiakaskunnalle tehdyn kyselytutkimuksen tuloksista. Kyselytutkimus soveltuu mainiosti ihmisten toiminnan, mielipiteiden, asenteiden ja arvojen selvittämiseen ja menetelmää hyödynnetäänkin useilla eri tieteenaloilla (Vehkalahti, 2019, s. 11–12). Kyselytutkimuksen avulla saadaan kerättyä laajalta kohderyhmältä kattava aineisto, josta voidaan sisällönanalyysin ja sisällönerittelyn keinoin johtaa havaintoja ja saada vastaukset tutkimuskysymyksiin.

Kyselyyn vastasivat OP Ryhmän digiopastusviikoille sekä Telian webinaariin osallistuneet kohderyhmään kuuluvat henkilöt. Kyselylomakkeen kysymykset jaottelin neljän eri aihepiirin mukaan, jonka myötä kyselyn selkeä ryhmittely oli mahdollista. Nämä aihepiirit ovat mahdollistavat, rajoittavat ja uhkaavat tekijät sekä tarpeet. Aihepiirin suljetuilla kysymyksillä selvitin rajoittavia, mahdollistavia sekä uhkaavia tekijöitä ja kysymykset koostuivat asenneväittämistä. Kohderyhmän tarpeita selvitin avoimien tutkimuskysymysten avulla. Taustakysymykset, jotka sisälsivät vastaajan iän sekä tiedot liittymäasiakkuudesta ja käytetystä laitteesta, olivat kuitenkin tästä jaottelusta irrallisia. Tutkimustuloksissa käsittelen aihepiirien vastaukset aihe kerrallaan ja hyödynnän avoimissa vastauksissa nousseita vastauksia suljettujen asenneväittämien tulosten tukena. Kyselylle sain yhteensä 1349 vastausta.

Kyselyssä kartoitin ensimmäiseksi vastaajien taustatiedot, eli iän sekä onko vastaaja Telian liittymäasiakas. Tutkimuksen kohderyhmä rajattiin yli 65-vuotiaisiin. Taulukon (1) mukaan vastaajien keski-ikä oli 68,7 vuotta. Taulukossa (1) ovat myös Telian liittymäasiakkaiden vastausprosentit. Telian liittymäasiakkaalla tarkoitetaan henkilöä, joka käyttää Telian palveluita ja hakee tarvittaessa yrityksen tarjoamaa tukea mahdollisiin ongelmiin. Kyselyyn vastanneet asiakkaat, jotka eivät ole Telian asiakkaita ovat OP Ryhmän asiakaskuntaa.

Taulukko 1. Kyselyyn vastanneiden taustatiedot.

Ikä	**Keskiarvo**	**Mediaani**
	68,7 vuotta	68 vuotta
Telian liittymäasiakas	**Kyllä (%)**	**Ei (%)**
	94,3 %	5,7 %

Vastaajista vanhimmat olivat yli 80-vuotiaita. Vastaajien ikäjakauma oli laaja, mikä voi heijastaa muissa kyselyn vastauksissa näkyvää hajontaa. Suurin keskittymä oli kuitenkin läheisesti 68 ikävuoden molemmin puolin. Taulukon (1) kysymysten lisäksi taustakysymyksissä selvitin, mitä laitetta vastaajat käyttävät verkossa asioidessaan. Vastauksissa toistuivat tasaisesti laitteet: tabletti, tietokone, kannettava sekä puhelin ja älypuhelin.

Kyselyssä oli sekä avoimia kysymyksiä että suljettuja kysymyksiä. Suljetut kysymykset olivat asenneväittämiä, joissa hyödynsin Likertin asteikkoa. Suljetuissa kysymyksissä käytin neliportaista asteikkoa, jossa vastausvaihtoehdot vaihtelivat arvojen 1–4 välillä. Asteikon mukaan arvo 1 edusti vastausta ”täysin eri mieltä” ja arvo 4 ”täysin samaa mieltä” -vastausta. Seuraavissa alaluvuissa tarkastelen kyselyn tuloksia aihepiireittäin, jotka on määritelty teorian, kohdeorganisaation selvitystoiveiden sekä aiemman saavutettavuustutkimuksen pohjalta. Alaluvut etenevät yhtenäisessä järjestyksessä kyselylomakkeen kanssa (Liite 1). Tuloksissa keskityn deskriptiivisen tilastoanalyysin tuottamiin keskiarvoihin, joita täydennän avoimilla vastauksilla ja analysoin sisällönanalyysin sekä sisällönerittelyn keinoin. Ensiksi analysoin kyselyn rakenteen mukaisesti rajoittavat tekijät -aihepiirin havainnot.

6.1 Rajoittavat tekijät

Rajoittavat tekijät liittyvät teoreettiseen viitekehykseen pohjaten ikääntymisen tuottamiin haasteisiin sekä kognitiivisen ja kielellisen saavutettavuuden ongelmiin. Nämä tekijät voivat vaikeuttaa kohderyhmän digitaalisten laitteiden käytön oppimista sekä verkkoasioinnista selviytymistä. Cheng ja muut (2024, s. 693) määrittävät ikääntyvien verkonkäyttäjien suurimmiksi haasteiksi hitaamman kapasiteetin käsitellä tietoa, heikentyneen muistin sekä hidastuneen tahdin suoriutua verkon käytön haasteista. Taulukon (2) mukaiset rajoittavat tekijät -teeman asenneväittämät olivat:

1. *Tiedän, mistä löydän apua verkossa asioimiseen ja laitteiden käyttöön.*
2. *Luotan itseeni ja omaan osaamiseeni, kun asioin verkossa tai käytän digitaalisia laitteita.*
3. *Tiedän kuinka toimin, jos saan huijausviestin.*

Taulukko 2. Rajoittavien tekijöiden asenneväittämien 1–3 tulokset.

Rajoittavat tekijät	1 = Täysin eri mieltä	2 = Jokseenkin eri mieltä	3 = Jokseenkin samaa mieltä	4 = Täysin samaa mieltä
Asenneväittämä 1	1,75 %	10,57 %	49,78 %	37,92 %
Asenneväittämä 2	3,72 %	21,51 %	53,95 %	20,74 %
Asenneväittämä 3	2,43 %	9,04 %	47,80 %	40,73 %

Taulukosta (2) on havaittavissa, että rajoittavia tekijöitä koskevissa vastauksissa esiintyy jonkin verran hajontaa. Tämä hajonta saattaa johtua kyselyn laajasta otannasta sekä siitä, että 65–80 vuoden ikähaarukkaan sisältyy hyvin erilaisia kokemuksia digitaalisten laitteiden ja verkon käytöstä. Esimerkiksi ikääntymisen myötä ilmenevä tarkkaavaisuuden heikkeneminen voi vaikuttaa siihen, kuinka käyttäjä toimii huijausviestin saatuaan. Seuraavaksi erittelen asenneväittämien tulokset.

6.1.1 Apua verkkoasiointiin ja digitaalisten laitteiden käyttöön

Taulukon (2) asenneväittämän 1 suosituin vastaus oli arvo 3 prosenttimäärällä 49,72. Arvo 3 tulkitaan vastaukseksi ”jokseenkin samaa mieltä”, eli suurimmalle osalle kyselyyn vastanneista oli useimmiten selkeää, mistä tietoa digitaalisten laitteiden käyttöön sekä verkossa asiointiin on saatavilla. Eri mieltä asenneväittämän kanssa oli yhteensä 12,5 prosenttia vastaajista, eli vastasivat kyselyyn arvon 1 tai 2. Hyvästä kokonaistuloksesta huolimatta noin joka kymmenennelle oli epäselvää, mistä apua tulisi lähteä hakemaan, jotta verkkoasiointi ja digitaalisten laitteiden käyttö olisi vaivatonta.

Saavutettavuuden periaatteiden mukaisesti tiedon tulee olla helposti löydettävissä (Affonso de Lara ja muut, 2010, s. 175). Näin ollen 12,5 prosentin osuus on merkittävä, mikä voi vaikuttaa tiedon saavutettavuuteen ja rajoittaa sen saatavuutta kohderyhmälle. Arvon 3 suosio heijastelee myös sitä, ettei kaikille vastaajille ollut aina täysin selvää, mistä tietoa tulisi löytää, vaikka tieto tulosten perusteella useimmiten kuitenkin löytyy. Arvon 4 oli vastannut 37,92 prosenttia vastaajista, eli monelle vastaajalle oli myös täysin selvää, mistä tietoa ja opastusta on saatavilla.

Avoimien vastausten tarkastelu osoittaa, että löydettävyyden lisäksi haasteet liittyvät merkittävästi ymmärrettävyyden esteisiin. Saavutettavuustutkimuksessa löydettävyys ja ymmärrettävyys nähdään usein toisiinsa läheisesti kytkeytyvinä tekijöinä, ja vastausaineiston perusteella ymmärrettävyydellä näyttää olevan keskeinen vaikutus myös löydettävyyteen. Seuraavaksi analysoin tutkimuksessa esiin nousseita ymmärrettävyyteen liittyviä haasteita.

6.1.2 Ymmärrettävyyden esteet

Kyselyn avoimien vastausten esimerkin (1) mukaisesti oli myös nähtävillä tilanne, jossa ongelmaksi muodostui se, että ohjeiden löydettävyyden lisäksi ongelma saattaa liittyä ohjesisällön ymmärrettävyyden haasteeseen.

(1) Toivon saavani helposti löytyviä ja ymmärrettäviä ohjeita esimerkiksi siitä, miten pääsee vaihtamaan reitittimen salasanan. Nyt en löydä niitä mistään.

Esimerkin (1) perusteella ongelma ei rajoitu pelkästään siihen, että kohderyhmä ei tiedä, mistä tietoa tulisi hakea vaan myös siihen, ettei saatavilla olevaa tietoa pystytä hyödyntämään asianmukaisesti. Tämä korostui erityisesti avoimissa vastauksissa. Ymmärrettävyys on yksi saavutettavuuden osa-alueista ja kuuluu kognitiivisen savutettavuuden keskeisiin tunnuspiirteisiin. Kognitiivisessa saavutettavuudessa huomioidaan erityisesti käyttäjän tarvitsemat toiminnot tekstisisällön ymmärrettävyyteen, joita ovat esimerkiksi mahdollisuus vaihtaa sisällön kieltä, tekstitykset, terminologian auki selittäminen, kuvittaminen sekä mahdollisuus kuunnella sisältöjä (Lamminmäki, 2020, s. 27). Tästä syystä ymmärrettävyys on tiiviisti yhteydessä onnistuneen kielellisen saavutettavuuden tarjoamiin mahdollisuuksiin. Ymmärrettävä kielenkäyttö on nähty keskeisenä osana yrityksen tarjoamaa laadukasta palvelua.

Viestinnälliset esteet, jotka liittyvät vahvasti kielelliseen saavutettavuuteen syntyvät useimmiten, kun viestintää ei ole mukautettu kohderyhmän tarpeiden mukaan (Maaß & Rink, 2019, s. 20). Pelkkä mahdollisuus päästä tietoon käsiksi ei siis riitä määrittämään palvelua tai tuotetta saavutettavaksi. Esimerkkien (2), (3) ja (4) mukaan tieto ei ole aina ollut ymmärrettävissä esimerkiksi operaattorin omilla sivuilla.

(2) Olisi hyvä löytää selkeitä ohjeita. Hyvä, jos operaattorin sivusto tukee omaa toimintaansa.

(3) Selkä ohjeistus ja asiakkaan tietotaidot huomioiden. Kaikki eivät ymmärrä teknistä kieltä.

(4) Kaipaan asiallista nykykieltä. Ei mitään Helsingin murretta tai katukieltä.

Kuten esimerkit (2) ja (3) osoittavat, ohjesisältöjä laadittaessa on tärkeää välttää monimutkaisia rakenteita, erikoistermejä sekä vaikeaselkoista sanastoa, jotta ohjeet

olisivat mahdollisimman ymmärrettäviä ja saavutettavia (Saavutettavakieli.fi, n.d.). Yleisesti kielen ja viestinnän saavutettavuus edistää kaikkien ryhmien mahdollisuuksia toimia ja selviytyä digitalisoituvassa maailmassa (Kuntalitto.fi, n.d.). Tämä voi selittää kysymyksen 1 vastauksia, joiden perusteella käyttäjille on yleensä selvää, mistä tietoa tulisi etsiä. Avoimista vastauksista on kuitenkin havaittavissa, että tietoa ei välttämättä ymmärretä, kuten esimerkissä (4) ilmenee.

6.1.3 Luottamus omia taitoja kohtaan

Taulukon (2) asenneväittämässä 2 kysyttiin luottamuksesta omia taitoja kohtaan. Suosituin vastaus oli arvo 3 vastausprosentilla 53,95. Itseluottamuksesta kysyttäessä vastausten hajonta oli suurempaa kuin asenneväittämän 1 vastauksissa. Arvojen 1 ja 2 yhteenlaskettu arvo oli 25,32 prosenttia, eli keskimäärin joka neljäs vastaaja kokee jokseenkin haasteelliseksi tai haasteelliseksi luottaa omiin taitoihinsa. Arvon 4 oli vastannut 20,74 prosenttia vastaajista, eli huomattavasti pienempi määrä kuin kysymykseen 1, jossa selvitin tiedon hankintaan liittyviä haasteita. Itseluottamuksen puutteeseen voi olla useita eri syitä. Esimerkiksi kasvanut riski henkilökohtaisten tietojen päätymisestä huijareiden ja kalastelijoiden haltuun sekä aiemmat epäonnistuneet käytön yritykset voivat heikentää luottamusta digitaalisiin palveluihin. Cheng ja muut (2024, s. 693) määrittävät ikääntyvien verkonkäyttäjien suurimmiksi haasteiksi hitaamman kapasiteetin käsitellä tietoa, heikentyneen muistin sekä hidastuneen tahdin suoriutua verkon käytön haasteista. Osalle käyttäjistä laitteiden käyttö on kuitenkin tuttua esimerkiksi jo työelämästä tai harrastuneisuuden kautta, kuten esimerkissä (5).

(5) Olen 1980-luvun lopulta opiskellut kaikenlaista tietotekniikkaa. Toivon, että olen sen verran valistunut, että osaan ihan itse etsiä tietoa tarvittaessa.

Vaikka asenneväittämän 2 arvojen 1 ja 2 osuudet olivat prosentuaalisesti suositumpia kuin asenneväittämässä 1, on silti hienoa huomata, että 20,74 prosenttia vastaajista luottaa itseensä täysin, eli vastasivat arvon 4. Tämä on nähtävillä myös esimerkissä (5).

Ilman luottamusta omiin taitoihin uuden oppiminen on haastavaa, kuten Puolassa tehdyn tutkimuksen mukaan suurin haaste uuden oppimiselle on käyttäjän heikko motivaatio ja luottamus siihen, että uuden oppiminen on mahdollista (Tomczyk ja muut, 2023 s. 117).

6.1.4 Huijausviestin saaminen

Asenneväittämässä 3 selvitin, osaako vastaaja toimia tilanteessa, jossa hän vastaanottaa huijausviestin omalle laitteelleen. Tulos on kiinnostava, sillä itseluottamus laitteiden käyttöä ja verkkoasiointia kohtaan oli huomattavasti matalampi. Asenneväittämän 3 suurin arvo oli 3 prosentein 47,80. Asenneväittämässä 3 kaksi suosituinta arvoa olivat 3 ja 4 yhteisprosentein 88,53. Tulokseen saattaa kuitenkin vaikuttaa se, että väittämän asettelussa huijausviesti on jo tunnistettu, mutta itseluottamuksen puute voi näkyä etenkin niissä tilanteissa, joissa mahdollista huijausviestiä ei olla tunnistettu, kuten esimerkissä (6), (7) ja (8).

(6) Haluaisin saada varmuuden siitä, että liikun oikealla verkko-osoitteella eikä huijareiden tekemillä sivuilla.

(7) Haluaisin lisää tietoa varatoimista ja ennalta arvaamattomista vaaroista.

(8) En harrasta paljoa verkko-ostoksia, mutta miten voi olla varma, ettei ole päätynyt huijaussivustolle?

Avoimissa vastauksista kuitenkin ilmeni, että vastaajat kaipaavat lisätukea ja selkeitä ohjeita huijausviestien ja väärennettyjen verkkosivujen tunnistamiseen, erityisesti sellaisten, joissa turvallisen verkkoasioinnin periaatteet on havainnollistettu. Tätä varten esimerkiksi koottu opas aidon ja turvallisen verkkosivun tunnistamisesta voi palvella ikääntyvää kohderyhmää, kuten esimerkeissä (6), (7) ja (8) toivotaan.

Kokonaisuudessaan rajoittavien tekijöiden tuloksia voidaan pitää tutkimuksen tavoitteen kannalta hyvänä, sillä suurin osa ei vastaajista ei kärsi rajoittavien tekijöiden määritellyistä haasteista, mutta parannettavaa kuitenkin on. Tulosten perusteella

suurimmaksi haasteeksi nousivat usean vastaajan heikko itseluottamus digitaalisia laitteita ja verkkopalveluja käyttäessä. Avoimien vastausten valossa kooste siitä, kuinka huijausviestin tai turvattoman nettisivun voi tunnistaa on tarpeellinen ja palvelisi ikääntyvää kohderyhmää. Nämä toimet voivat lisätä itseluottamusta, kun kohderyhmällä on tarvittavat tiedot ja taidot turvalliseen digitaalisten laitteiden käyttöön ja verkossa asiointiin. Myös kielellisten esteiden poistaminen ja ohjeiden mutkaton löydettävyys ovat kohtia, joihin tarvitaan parannusta, jotta yritys pystyy paremmin vastaamaan ikääntyvän kohderyhmän tarpeisiin. Seuraavaksi selvitän ensimmäisen tutkimuskysymyksen mahdollistavia tekijöitä.

6.2 Mahdollistavat tekijät

Mahdollistavat tekijät kuvaavat kyselyyn vastanneiden digitaalista osallisuutta tukevia keinoja, jotka auttavat ehkäisemään digikuiluja ja digitaalista syrjäytymistä. Digitaalinen osallisuus tarkoittaa henkilön kykyä käyttää verkkopalveluja ja digitaalisia laitteita omien taitojensa avulla sekä sitä, että apua on tarvittaessa saatavilla (Tomczyk ja muut, 2023, s. 117–118). Asiakaskunnan saavutettavuuden edistämisessä myös sääntelyllä on merkittävä rooli. Erityisesti kesäkuussa 2025 voimaan astuva esteettömyysdirektiivi sekä WCAG 2.1. -ohjeistuksen määrittämät saavutettavuusstandardit tarjoavat mahdollisuuksia saavutettavan tuen kehittämiselle. Standardien pohjalta voidaan luoda esimerkiksi kohderyhmälle sopivaa ohjesisältöä. Kyselyn tulokset heijastivat selvästi myös teoriaosuudessa käsiteltyjä saavutettavuuden lajien tunnuspiirteitä. Taulukossa (3) ovat vastaukset mahdollistavat -teeman asenneväittämiin:

4. *Hyödynnän yritysten chat-palveluita, kun kaipaan tukea verkossa asioimiseen tai laitteiden käyttöön.*
5. *Hyödynnän yritysten puhelinpalveluita, kun kaipaan tukea verkossa asioimiseen tai laitteiden käyttöön.*
6. *Olen käynyt kysymässä apua laitteen tai verkkopalveluiden käyttöön esimerkiksi operaattorin myymälässä.*

7. *Olen saanut teleoperaattorin toimesta apua verkkopalveluun kirjautumiseen sekä verkkopalvelussa asioideni hoitamiseen.*

Taulukko 3. Mahdollistavien tekijöiden asenneväittämien 4–7 tulokset.

Mahdollistavat tekijät	1 = Täysin eri mieltä	2 = Jokseenkin eri mieltä	3 = Jokseenkin samaa mieltä	4 = Täysin samaa mieltä
Asenneväittämä 4	16,11 %	28,04 %	35,03 %	20,82 %
Asenneväittämä 5	20,52 %	35,64 %	30,70 %	13,15 %
Asenneväittämä 6	33,43 %	19,30 %	21,73 %	25,53 %
Asenneväittämä 7	19,22 %	28,19 %	35,94 %	16,64 %

Mahdollistavat tekijät liittyvät Telian tällä hetkellä tarjoamiin mahdollisuuksiin sekä teoriassa digitaalista osallisuutta lisääviin toimiin. Näitä ovat esimerkiksi toimivat asiakaspalvelukanavat. Digitaalisen osallisuuden lisäämiseksi mahdollistavat toimet tulisi toteuttaa asiakaslähtöisesti. Asiakaslähtöisyydessä on kyse siitä, että palvelu on asiakkaan saatavilla, hänelle ymmärrettävässä muodossa ja vastaa hänen tarpeisiinsa (Voutilainen & Räsänen, 2013, s. 17–18). Ilman riittäviä taitoja ja ohjesisältöjä teleoperaattoreidenkaan palvelut eivät ole eri kohderyhmien saavutettavissa. Palvelu on useimmiten myös luonteeltaan aineetonta ja toteutuu vuorovaikutuksessa, jossa yritys pyrkii vastaamaan palvelun tarpeeseen ja tuottamaan asiakkaalle lisäarvoa (Lehmuskoski & Kuusisto-Niemi, 2012, s. 21–22).

6.2.1 Toimivat chat-palvelut

Nykyaikaisia mahdollistavia tekijöitä ovat esimerkiksi chat-palvelut, joiden käytön suosiota selvitin asenneväittämässä 4. Asenneväittämän 4 vastauksissa oli runsaasti hajontaa, mutta suosituin arvo oli 3, eli jokseenkin samaa mieltä, prosentein 35,03. Täysin eri mieltä eli arvon 1 antoi 16,11 prosenttia vastaajista ja arvon 4, eli täysin samaa mieltä 20,82 prosenttia vastaajista. Kyselyyn vastanneista yritysten chat-palveluita

hyödyntävät joskus tai usein yli puolet vastaajista prosentein 55,85 kun kaipaavat apua tai teknistä tukea, kuten esimerkissä (9). Avoimissa vastauksissa tuotiin kuitenkin esiin huoli chat-palvelujen toimivuudesta, sillä nämä eivät aina ymmärrä kysymyksiä tai pysty antamaan niihin oikeita vastauksia.

(9) Apua saan operaattorilta näppärästi chattaamalla tai tarvittaessa face to face vaikka ennakkovaraamalla ajan.

Parhaimmillaan chat-palvelu täyttää saavutettavuuden tunnuspiirteitä, joita ovat mahdollisuus käyttää tuotetta tai palvelua ajasta ja paikasta riippumatta, kuten esimerkissä (9) (Affonso de Lara ja muut, 2010, s. 175). Chat-palvelu täyttää myös parhaimmillaan digitaalisen saavutettavuuden tunnuspiirteitä, joita ovat muun muassa navigoitavuus sekä digitaalisen laitteen tai palvelun helppokäyttöisyys ja reaaliaikaisuus. Luvussa 6.2.5 tarkastelen syvemmin tekoälypohjaisen chat-palvelun tarjoamia mahdollisuuksia, joista yritys voisi hyötyä erityisesti toimivuuden parantamisessa sekä kielellisten haasteiden ratkaisemisessa.

6.2.2 Maksuttoman videopuhelun mahdollisuudet

Asenneväittämässä 5 selvitin, hyödyntääkö vastaaja yritysten puhelinpalveluita. Suosituimmaksi arvoksi muodostui 2 prosentein 35,64 eli suurin osa kyselyyn vastanneista on jokseenkin eri mieltä puhelinpalvelujen käytön hyödyllisyydestä. Puhelinpalveluihin tukeutuvia oli hieman vähemmän kuin chat-palveluita hyödyntäviä, mikä johtuu todennäköisesti avoimissa vastauksissakin ilmenneistä haasteista sanoittaa digitaalisen laitteen tai verkkopalvelun käytön yhteydessä ilmennyt ongelma. Puhelinpalveluista kysyttäessä arvojen 1 ja 2 yhteenlaskettu tulos oli 56,16 prosenttia vastauksista mikä tarkoittaa, että suurin osa vastaajista ei hyödynnä puhelinpalveluita ollenkaan tai harvoin. Avoimissa vastauksissa tuotiin esiin, että puheluiden maksullisuus voi myös estää avun saatavuutta, kuten esimerkeissä (10) ja (11).

(10) Yleensä palvelunumeroihin soittaminen on kallista. Jokin operaattorin edullinen palvelunumero olisi hyvä.

(11) Apua pyydän lapseltani. Puhelinpalvelut Telian helpissä esim kamalan kalliita ja en osaa heille selittää riittävän ammattisanoilla ongelmaa.

Hyppösen ja muiden (2023, s. 126) mukaan sosiaalisen saavutettavuuden myötä verkkopalvelujen on oltava yhdenvertaisesti käytettävissä kaikille taloudellisista seikoista riippumatta, sekä toimittava käyttäjiensä tarpeiden mukaan. Taloudellisten syiden ei pitäisi olla este saavutettavan tuen saamiselle, kuten esimerkissä (10). Maksullisuuden takia esimerkissä (11) mainittu Telia Helppi -palvelu on poissuljettu tästä tutkimuksesta. Telia Helppi on maksullinen palvelu, joka tarjoaa apua esimerkiksi laitteiden asennukseen (Telia Helppi, n.d.). Ohjesisällön maksuttomuus on osa saavutettavuuden keskeisistä periaatteista, mikä voi asettaa haasteista maksullisten puhelinpalveluiden käytölle.

Esimerkeissä (12) ja (13) puhelinpalvelun vastineeksi ehdotettiin videopuhelua, jossa asiakas voi selittää ja näyttää ongelmansa asiakasneuvojalle. Vastaavasti asiakasneuvoja voisi esittää ratkaisun videoformaatissa, mikä helpottaisi ongelman ymmärtämistä ja vähentäisi haasteita, jotka liittyvät pelkän puheen varassa toimivaan puhelinpalveluun.

(12) Videoklipit ja videopuhelut olisi hyviä.

(13) Toivon käytännön videoita, miten liikutaan sivuilla. Telian omat sivut ovat mielestäni vaikeat käyttää.

Mahdollisuus hyödyntää videosisältöjä ja videopuheluita liittyy kognitiiviseen saavutettavuuteen ja tämän tarjoamiin mahdollisuuksiin. Kognitiivisessa saavutettavuudessa huomioidaan erityisesti käyttäjän tarvitsemat toiminnot tekstisisällön ymmärrettävyyteen, joita ovat terminologian auki selittäminen, kuvittaminen sekä mahdollisuus kuunnella erilaisia sisältöjä (Lamminmäki, 2020, s. 27). Kuvittaminen voisi ratkaista erityisesti esimerkissä (13) esitetyn ongelman.

6.2.3 Diginatiivit asiakasneuvojat

Asenneväittämässä 6 selvitin, oliko vastaaja käynyt suoraan operaattorin myymälässä kysymässä apua. Asenneväittämän 6 vastauksissa oli suhteellisen paljon hajontaa, sillä arvon 1, täysin eri mieltä, oli vastannut 33,43 prosenttia vastanneista ja arvon 4 oli vastannut 25,53 prosenttia vastanneista. Suosituin vastaus oli arvo 1 eli suurin osa ei ollut koskaan käynyt kysymässä apua operaattorin myymälässä. Avoimista vastauksista ilmeni monenlaisia näkemyksiä myymälässä avun kysymisestä. Monien positiivisten kokemusten lisäksi vastauksissa toivottiin esimerkkien (14) ja (15) mukaisesti ystävällistä palvelua, joka ottaisi kohderyhmän tarpeet huomioon.

(14) Toivoisin saavani apua ystävällisellä äänensävyllä annettua selkeätä lähitukea.

(15) Apua saan operaattorin myymälästä. Eivät nykyään juuri auta kovin mielellään, on jopa sanottu, että myyvät laitteen mutta kysymyksiin ei vastata. Tosin on hyvääkin palvelua – molempia, hyvää ja huonoa.

Avun tarjoaminen on osa asiakaskokemuksen luomisen prosessia. Asiakaskokemuksella tarkoitetaan sitä näkökulmaa, millaisena asiakas kokee vuorovaikutuksen palveluntarjoajan kanssa (Becker, Jaakkola, 2020 s. 634–636). Asiakaspalvelijan epäystävällinen asenne heikentää positiivisen asiakaskokemuksen rakentumista, kuten esimerkissä (14) on nähtävillä. Pahimmassa tapauksessa, jos asiakkaan ongelmaa ei onnistuta ratkaisemaan tai siihen ei suhtauduta riittävällä vakavuudella, asiakassuhteen jatkuvuus saattaa vaarantua.

Avoimissa vastauksissa ilmenee myös, että asiakasneuvojien ollessa usein nuoria kielellisen saavutettavuuden periaatteet eivät kohderyhmän vastausten perusteella aina toteudu odotetulla tavalla. Nuoren iän myötä asiakasneuvojat voivat olla diginatiiveja. Diginatiivilla tarkoitetaan tietokoneiden, videopelien sekä internetin digitaalisen kielen natiivipuhujia (Mertala, 2024 s. 128–129). Diginatiivit käsittelevät Mertalan mukaan tietoa hyvin nopeasti ja suosivat kielellisesti tietoteknisiä käsitteitä. Tästä syystä

kielellisen saavutettavuuden periaatteet eivät palvelukohtaamisissa välttämättä toteudu. Yleisesti kielellisellä saavutettavuudella tarkoitetaan esimerkiksi selkokielisyyttä, tekstin kääntämistä eri kielille tai vieraiden sanojen karsimista tekstin sisältä (Tiililä, 2022). Useat digitaalisten laitteiden tai verkkopalvelujen käyttöön liittyvät termit saattavat olla ikääntyvälle kohderyhmälle uusia, jonka myötä nämä eivät ole ymmärrettävissä. Esimerkeissä (16) ja (17) näille termeille toivottiin selkeitä selityksiä useampaan kertaan.

(16) Olen valmis avusta maksamaankin, jos vain apu on selkeä. Usein neuvoa antava käyttää niin ”teknistä” kieltä, ettei asia selkene.

(17) Kun ostan uuden reitittimen, niin toivon hyviä ohjeita. Ei ainoastaan kytkentäkaaviota.

Kielellisten haasteiden lisäksi ongelmat liittyivät myös ymmärrettävyyteen. Esimerkissä (17) todetaan, että pelkän kytkentäkaavion perusteella reitittimen asentaminen on ollut haastavaa. Teknisen saavutettavuuden periaatteisiin kuuluu, että digitaalisen ohjesisällön tulee olla myös navigointirakenteeltaan selkeä ja ikonien ja toimintojen tulee olla löydettävissä (Leskelä, 2019, 2. 65–66). Digitaalinen ohjesisältö edistää saavutettavuutta tehokkaammin, sillä toimiva ohjesisältö on teknisen saavutettavuuden perusteella hakukoneoptimoitu. Tämä mahdollistaa tarvittavan tiedon suoran haun, kun taas printtimateriaalisesta ohjesisällöstä tiedonhaku voi olla huomattavasti haastavampaa.

6.2.4 Teleoperaattorilta saatu tuki

Asenneväittämässä 7 selvitin yleisellä tasolla, onko kohderyhmään kuuluva henkilö saanut teleoperaattorin toimesta apua digitaalisten laitteiden käyttöön tai verkkopalvelussa asiointiin. Suosituin arvo oli 3 prosentein 35,94 eli suurin osa vastaajista on joskus saanut apua verkossa asiointiin. Keskimäärin puolet vastaajista oli saanut apua ja puolet ei. Vastausta voi selittää se, että osa kyselyyn vastanneista oli OP

Ryhmän asiakkaita eivätkä välttämättä Telian asiakkaita. Esimerkkien (18) ja (19) mukaan teleoperaattorilta saatu apu ei ole aina ollut riittävää.

(18) Operaattoreiden laitteiden myyjätahot voisivat aktivoitua antamaan neuvoja!

(19) Uutta laitetta ostaessa tulisi myyjän kysyä tarvitsenko apua. Vakuuttavat, että laite ohjaa ja se on helppoa, mutta olen joutunut palaamaan ja kysymään jotain, kun olen ollut epävarma asiasta.

Avun tarjoaminen on myös osa sosiaalista saavutettavuutta. Osa vastaajista ei avoimien vastausten perusteella myöskään välttämättä koe, että teleoperaattori on oikea taho avustamaan ilmenneissä ongelmissa, jotka voivat liittyä muihin palveluihin kirjautumiseen. Useissa avoimissa vastauksissa apua oli kysytty myös omilta ystäviltä tai sukulaisilta, joilla on hyvät tietotekniset taidot. Hyppösen ja muiden mukaan (2023, s. 126) sosiaalisen saavutettavuuden toteutumisessa näkyvät usein palveluntarjoajan arvot sekä asenteet. Sosiaalinen saavutettavuus liittyy myös asiakaspalvelun tarjoamaan tukeen ja siihen, millaisia tunteita tämä tuki herättää asiakkaissa.

Kokonaisuudessaan mahdollistavista tekijöistä vastaajat hyödynsivät eniten chat-palveluita, kun taas puhelinpalvelut olivat vähiten suosittuja. Tutkimustulosten ja aiemman tutkimuksen valossa chat-palveluissa voidaan nähdä merkittävää potentiaalia, sillä toimivan tekoälypohjaisen chat-palvelun avulla voidaan vähentää monia saavutettavuuteen liittyviä haasteita. Muita mahdollistavia tekijöitä, jotka voivat edistää kohderyhmän saavutettavuutta tiedon ja tuen osalta, ovat asiakaspalvelijoiden kyky kohdata ikääntyvää asiakaskuntaa asianmukaisella ja ymmärtävällä tavalla. Suomessa toimivista operaattoreista Elisa mainitsee nettisivuillaan kouluttavansa henkilökuntaansa kohtaamaan ikääntyvän asiakaskunnan (Elisa, n.d.). Mahdollistava tekijä voisi myös olla videopuhelu tai muu videomuotoinen sisältö, jossa apua voisi tarjota visuaalisuutta hyödyntäen. Kiinnostavin havainto oli se, kuinka kyselyyn vastanneet ovat kiinnostuneita tekoälystä ja tämän tuomista mahdollisuuksista sekä se, kuinka chat-palveluihin suhtauduttiin kanavana kaikista myönteisimmin. Seuraavaksi

käyn läpi teoriaan ja aiempaan tutkimukseen pohjaten, millaista tukea tekoäly voisi tarjota ikääntyvälle kohderyhmälle.

6.2.5 Tekoälypohjainen chat-palvelu mahdollistavana tekijänä

Avoimista vastauksista ilmeni myös, että monet vastaajat kysyvät usein apua tekoälyltä. Tekoäly tarjoaa mahdollisuuden vastata laajasti eri aihealueita koskeviin kysymyksiin (Kautto & Mannila, 2023). Tekoälyn hyödyntämisessä on huomattavaa potentiaalia, sillä sen käyttö voi auttaa vähentämään tilanteita, joissa perinteinen manuaalinen chat-palvelu ei kykene ymmärtämään asiakkaan kysymystä. Tekoälyllä on kyky muistaa asiakkaan aiemmin käymiä keskusteluja (Britt, 2024, s. 14), mikä mahdollistaa oppimisen kehittämisen ja ongelmien nopeamman ratkaisemisen. Koska tekoäly kykenee muistamaan aiemmin esiintyneet ongelmat ja niihin käytetyt ratkaisukeinot, asiakaspalveluprosessia voidaan tehostaa merkittävästi. Tämä mahdollistaa aiempien chat-keskustelujen tallentamisen, jolloin asiakkaalla on tarvittaessa mahdollisuus palata niihin myöhemmin.

Tekoälyn avulla asiakaspalvelussa voidaan hyödyntää visuaalisuutta, jonka myötä kuva- ja videomuotoista sisältöä on mahdollista hyödyntää asiakaspalvelun työkaluna (Britt, 2024, s. 15). Kyselyn avoimissa vastauksissa esiintyi toive siitä, että multimodaalinen sisältö voisi auttaa hahmottamaan paremmin, kuinka esimerkiksi verkkopalvelussa tulee navigoida ja mitä erilaiset kuvakkeet ja ikonit tarkoittavat. Multimodaalisuus hyödyttäisi näin ollen videomuotoista puhelinasiakaspalvelua, verkossa sijaitsevien ohjesisältöjen ymmärrettävyyttä sekä chat-palvelun kautta käytyä asiakaskohtaamista.

Tekoälyä hyödyntämällä asiakaskokemusta voitaisiin parantaa myös tunnepuolen kautta. Kyselyn avoimissa vastauksissa nousivat esiin kokemukset ylimielisestä asiakaspalvelusta ja siitä, ettei iäkkäämmän asiakaskunnan haasteita otettu tosissaan. Huangin ja Rustin (2022, s. 2–5) mukaan tekoälyn avulla emotionaalisilta haasteilta voitaisiin välttyä, sillä tekoälyllä voi olla paremmat kyvykkyydet kuunnella sekä palvella asiakasta kiireestä tai

omista tunteista riippumatta. Avoimissa vastauksissa ongelmaksi muodostui asiakaspalvelijoiden kiireellisyys, minkä myötä oman ongelman sanoittamisen kanssa saattaa tulla kiire eikä asia välttämättä tule halutulla tavalla ymmärretyksi, kuten esimerkissä (20). Tekoäly pystyy palveleman useita asiakkaita samanaikaisesti heidän vaatimallaan tavalla, jonka myötä ikäihmiset voisivat hyötyä valtavasti tekoälyn tarjoamista mahdollisuuksista.

(20) Kerran kysyin apua chatissa. Mutta onko heillä joku aikaraja, kun selvästi huomasi, että tytön puhe kiihtyi ja halusi selvästi lopettaa keskustelun. Että sellaista palvelua.

Tekoälyn avulla on myös mahdollista selvittää kielellisiä haasteita. Esimerkiksi toive selkokielisistä ohjeista toistui useampaan kertaan kyselyn avoimissa vastauksissa, jonka myötä tekoälypohjainen chat-palvelu voisi tarjota ratkaisun ongelmaan. Asiakaspalvelutilanteessa oikean henkilön, useimmiten nuoren henkilön, voi olla vaikeaa ja jopa mahdotonta palvella asiakasta selkokielellä (Britt, 2024, s. 15–16).

Erillisenä tutkimusaiheena voidaan tarkastella sitä, miten ikäihmiset yleisesti suhtautuvat tekoälyyn. Tämän tutkimuksen tuloksissa näkyi, että perinteisiä chat-palveluita hyödyntävät reilu puolet käyttäjistä. Olisi mielenkiintoista selvittää, kuinka kyselyyn vastanneet henkilöt, jotka eivät hyödynnä chat-palveluita, asenteisiin vaikuttavat ihmisen kanssa käydyn palvelutilateen ja tekoälypohjaisen chat-palvelun eroavaisuudet. Muutamassa avoimessa vastauksessa kävi ilmi, että osa kohderyhmään kuuluvista ikäihmisistä hyödyntää jo nyt tekoälyä ongelmatilanteiden ratkomiseen, mitä ei otettu huomioon tämän kyselyn suunnitteluvaiheessa. Jos tekoälypohjainen chat-palvelu olisi operaattorin laatima ja tämä etsisi tietoa palveluntarjoajan omista luotettavista ohjeista, voitaisiin myös välttyä tiedon jakamiselta, jota saattaa esiintyä yritysten ulkopuolisissa tekoälypalveluissa (Britt, 2024, s. 16).

6.3 Uhkaavat tekijät

Uhkaavien tekijöiden osalta tarkastelin niitä seikkoja, jotka voivat estää käytön opettelua tai heikentää kohderyhmän mahdollisuuksia oppia käyttämään digitaalisia laitteita ja asioimaan verkossa. Pahimmassa tapauksessa uhkaavat tekijät voivat johtaa digitaaliseen syrjäytymiseen. Digitaalisella syrjäytymisellä tarkoitetaan tilannetta, jossa henkilö jää digitaalisen kehityksen ja teknologian ulkopuolelle (THL, 2016). Digitaalista syrjäytymistä on pyritty ehkäisemään esimerkiksi WCAG-standardeilla sekä standardeista johdetulla sääntelyllä. Tässä tutkimuksessa digitaalinen syrjäytyminen tai digitaaliseen kuiluun päätyminen on tila, joka halutaan välttää. Uhkaavat tekijät -teemaan sisältyvät kyselyn vastaukset löytyvät taulukosta (4) ja asenneväittämät olivat seuraavat:

8. *Verkossa asiointi ja palveluihin kirjautuminen on pelottavaa.*
9. *Kohtaan usein teknisiä ongelmia, kun asioin verkossa.*
10. *Verkossa asioiminen ja laitteiden käytön opettelu turhauttaa.*

Taulukko 4. Uhkaavien tekijöiden asenneväittämien 8–10 tulokset.

Uhkaavat tekijät	**1 = Täysin eri mieltä**	**2 = Jokseenkin eri mieltä**	**3 = Jokseenkin samaa mieltä**	**4 = Täysin samaa mieltä**
Asenneväittämä 8	43,54 %	31,02 %	21,58 %	4,26 %
Asenneväittämä 9	26,90 %	46,66 %	21,20 %	5,25 %
Asenneväittämä 10	42,78 %	29,11 %	21,43 %	6,61 %

Taulukon (4) perusteella voi todeta, että uhkiin liittyvissä väittämissä vastaukset painottuvat selvästi vaihtoehtoihin 1 ja 2 eli asiointia ei koeta kovin pelottavana tai uhkaavana. Rajoittavissa tekijöissä hajonta oli suurempaa eikä taulukosta suoraan nähnyt painotusta yhtä selvästi kuin uhkaavissa tekijöissä.

Taulukosta (4) löytyvien uhkaavien tekijöiden vastausten lisäksi kysymykseen 11, jossa selvitin kohderyhmän Mobiilivarmenteen käytön yleisyyttä, oli mahdollista valita vastaus kyllä-, en-, tai en tiedä mikä on Mobiilivarmenne. Taulukossa (5) ovat vastaukset Mobiilivarmenteen käytön yleisyydestä kohderyhmän keskuudessa.

11. *Olen ladannut Mobiilivarmenteen ja käytän sitä kirjautuessani sähköisiin palveluihin.*

Taulukko 5. Oletko ladannut Mobiilivarmenteen?

Kyllä (%)	En (%)	En tiedä mikä on Mobiilivarmenne (%)
60,5 %	38 %	1,2 %

Mobiilivarmenne on Elisan, DNA:n ja Telian asiakkaille tarkoitettu tietoturvallinen tapa tunnistautua ja kirjautua eri palveluihin (Mobiilivarmenne, n.d.). Mobiilivarmenne toimii henkilön puhelinnumerolla eikä käyttö vaadi pankkitunnuksilla kirjautumista. Mobiilivarmenne voi tehdä verkkoasioinnista vähemmän pelottavaa, sillä pankkitunnukset pysyvät näin ollen turvassa. Mobiilivarmenne voi esimerkiksi vähentää koettuja pelon tunteita, joiden yleisyyttä käyn läpi seuraavaksi.

6.3.1 Pelottava verkkoasiointi

Uhkaavien tekijöiden ensimmäisessä asenneväittämässä, eli väittämässä 8 selvitin, kokevatko kyselyyn vastanneet henkilöt verkossa asioimisen pelottavaksi. Suosituin vastaus oli arvo 1, joka sai 43,54 prosentin kannatuksen. Tämä tarkoittaa, että suurin osa vastaajista oli täysin eri mieltä koettujen pelon tunteiden kanssa. Vastaajista arvon 3 tai 4 olivat kuitenkin vastanneet 25,85 prosenttia vastaajista, jonka myötä joka neljäs vastaaja on joutunut kokemaan pelon tunteita digitaalisia laitteita käyttäessä tai verkossa asioidessaan. Ikääntymisen myötä eri aistien heikentyminen ja toimintojen hidastuminen voivat lisätä pelon tunteita. Myös tunneperäiset kokemukset voivat

osaltaan lisätä ikääntyvien haavoittuvuutta verkon käyttäjinä sekä aiheuttaa teknologista ahdistusta (Cheng ja muut, 2024, s. 693). Tunneperäinen kokemus voi syntyä esimerkiksi verkkohuijauksen uhriksi joutumisesta. Avoimissa vastauksissa verkkohuijauksista toivottiin lisää tietoa, kuten myös esimerkissä (21).

(21) Haluaisin saada ajantasaista tietoa kulloinkin ilmenneistä huijauksista.

Esimerkin (21) mukaan pelon tunnetta lisäsivät esimerkiksi epätietoisuus sekä uutisoidut huijaukset. Useassa avoimessa vastauksessa toivottiin lisää tietoa huijauksista ja siitä, kuinka näiltä on mahdollista välttyä. Osassa vastauksista ilmeni epätoivon tunteita ja omien kykyjen aliarviointia, mikä johti käsitykseen, ettei verkossa asioiminen tai laitteiden käyttö ole mahdollista. Saavutettavat ja selkeät ohjeet esimerkiksi huijausten tunnistamisesta voivat vastausten perusteella vähentää kohderyhmän kokemaa pelkoa, sillä pelko näyttää liittyvän ainakin osittain siihen, että vastaaja saattaa joutua verkkohuijauksen uhriksi.

Myös Mobiilivarmenne voi lisätä turvallisuutta ja ehkäistä huijauksen uhriksi joutumista (Mobiilivarmenne, n.d.). Mobiilivarmenne on matkapuhelimessa toimiva suomalainen kirjautumis- ja tunnistautumisväline, jonka avulla pystyy asioimaan lähes kaikissa suomalaisissa digipalveluissa. Useat viranomaiset suosittelevatkin Mobiilivarmennetta turvallisena tunnistautumistapana. Kyselyn perusteella 60,8 % vastaajista on ladannut Mobiilivarmenteen.

6.3.2 Tekniset ongelmat

Asenneväittämässä 9 selvitin, kohtaavatko kohderyhmään kuuluvat henkilöt usein teknisiä ongelmia verkkoasioinnin yhteydessä. Suosituin arvo oli 2 prosentein 46,66 eli vastaajat olivat jokseenkin eri mieltä siitä, että he kohtaisivat teknisiä ongelmia verkkoasioinnin yhteydessä. Toisiksi suosituin vastaus oli arvo 4 prosentein 26,90 eli osa vastaajista on täysin samaa mieltä teknisten ongelmien kohtaamisen kanssa, kuten

esimerkissä (22). Kokonaisuudessaan vastausten perusteella kyselyyn osallistuneet kohtasivat teknisiä ongelmia hieman useammin kuin pelon tunteita. Näiden kahden vastausvaihtoehdon välinen ero oli kuitenkin hyvin pieni. Tekniset ongelmat ilmenevät silloin, kun teknisen saavutettavuuden periaatteet eivät toteudu. Tekninen saavutettavuus toteutuu silloin, kun verkkosivusto on toteutettu virheettömästi ja noudattaa määriteltyjä saavutettavuusstandardeja (Leskelä, 2019, s. 65–66). Tekninen saavutettavuus liittyy myös käytettävyyden toteutumiseen. Nämä tekijät ovat avainasemassa, kun tekniset haasteet halutaan välttää.

(22) On niin monia tilanteita, kun kaikki on mennyt pieleen.

Käytettävyys on määritelty Lorenzin ja muiden (2023 s. 1–2) mukaan laajuudeksi, jossa tietyt käyttäjät voivat käyttää järjestelmää, tuotetta tai palvelua saavuttaakseen tietyt tavoitteet *tehokkaasti*, *tuloksellisesti* ja *tyytyväisesti* tietyssä käyttöyhteydessä (Lorenz ja muut, 2023 s. 1–2). Kun digitaalisten laitteiden käyttö ja verkossa asiointi on vaivatonta ja tehokasta, on useimmiten vältytty esimerkin (22) mukaisilta ongelmilta. Teoriaan pohjaten käyttöliittymät tulee suunnitella kohderyhmän mukaan, mutta teleoperaattoreiden keskuudessa kohderyhmien ollessa hyvin moninaisia on kaikkia käyttötarpeita mahdoton ottaa huomioon yhdellä sivustolla. Tämän takia voidaan nähdä, että toimiville ja erilaiset kohderyhmät huomioon ottavalle ohjesisällöille on tarvetta, kuten esimerkeissä (23), (24) ja (25).

(23) Toivoisin, että sähköisiä palveluja tuottavat panostaisivat sivustojensa käytettävyyteen ja laitteiden valmistajat tai operaattorit niiden käyttöön liittyvien ohjeiden käytettävyyteen.

(24) Tarvitsisin apua monista pienistäkin yksityiskohdista, jotka raivostuttavat, kun ei itse älyä ratkaista pulmaa.

(25) Telialle miinusta siitä, että liittymien (puhelin, netti) yhteysongelmissa on minun ensin todistettava, että yhteysongelma tai toimimattomuus on olemassa. Ei ole helppoa, kun ei ole taloudessa ylimääräisiä laitteita. Eli vähemmän todisteluja ja enemmän apua.

Toteutuessaan käytettävät ohjesisällöt mahdollistavat positiivisen käyttäjäkokemuksen toteutumisen. Käyttäjäkokemus voidaan määritellä henkilön käsityksinä ja reaktioina, jotka johtuvat tuotteen, järjestelmän tai palvelun käytöstä tai odotetusta käytöstä (Lorenz ja muut, 2023 s. 1–2). Esimerkeissä (23), (24) ja (25) käyttäjäkokemus on muodostunut heikoksi, sillä käyttäjä on vastauksen perusteella odottanut palveluntarjoajalta enemmän tukea kuin on saanut.

Kysymyksen 9 tulosta voidaan pitää kohtalaisena, sillä noin 25 prosenttia vastaajista kärsii teknisistä ongelmista. Verrattain tulos on kuitenkin suuri, sillä tutkimuksen kohderyhmällä oli kyvykkyydet käyttää perustasoisesti digitaalisia laitteita ja asioida verkossa. Avoimet vastaukset mukailevat myös suljetun asenneväittämän tuloksia. Useista avoimista vastauksista kävi ilmi, että monille verkossa asioiminen voi aiheuttaa haasteita, ja näiden haasteiden ilmetessä avun toivottiin olevan nopeasti saatavilla. Kysymykseen on kuitenkin voitu vastata kokonaiskuvaa tarkastelemalla, jolloin ongelmia ei useimmiten ilmene. Yksittäisenkin teknisen ongelman ratkaiseminen saattaa kuitenkin viedä aikaa, kuten osa avoimista vastauksista osoittaa. Tästä syystä tekniset ongelmat tulisi ratkaista tehokkaasti, jotta niiden vaikutukset käyttäjä- sekä asiakaskokemukseen voidaan minimoida.

6.3.3 Turhauttava uuden opettelu

Asenneväittämässä 10 selvitin, kokevatko kyselyyn vastanneet digitaalisten laitteiden käytön tai verkossa asioimisen turhauttavaksi. Suosituin vastaus oli arvo 1 prosentein 42,78 eli vastaajat olivat täysin eri mieltä väittämän kanssa. Vastaajista 71,89 prosenttia vastasivat arvon 1 tai 2, eli eivät koe turhautumisen tunteita koskaan tai harvoin. Turhautumista voidaan selittää emotionaalisen ja kognitiivisen saavutettavuuden näkökulmasta, sillä käytettävyyteen liittyvät ongelmat voivat heikentää näitä tekijöitä, kuten esimerkissä (23). Kognitiivisella saavutettavuudella tarkoitetaan kaikessa yksinkertaisuudessaan sisältöjen ymmärrettävyyttä (Mäkipää, 2022, s. 51). Myös Leskelän (2019, s. 49) mukaan kognitiiviseen saavutettavuuteen liittyy

ymmärrettävyyden lisäksi helppokäyttöisyys. Kun digitaalisten laitteiden käyttöön vaadittavat ohjeet ovat ymmärrettäviä ja helppokäyttöisiä, voidaan myös turhautumiseen liittyviä tunteita vähentää tai välttää kokonaan.

> (23) Tarvitsisin apua ongelmatilanteiden ratkomiseen. Monta kertaa ohjeet eivät ole selkeitä tavalliselle käyttäjälle. Esimerkkinä esim. modeemin tietoturvallisuuteen liittyvät asiat – mitä ja miten minun pitää tehdä – tietoa ei ole helposti saatavilla.

Osa vastaajista kuitenkin kohtaa digitaalisia laitteita ja verkkoa käyttäessään teknisiä ongelmia, kuten esimerkissä (23), muttei turhaudu näistä tai pelkää vaikeita tilanteita. Turhautumisen tunteet olivat useimmiten koettuja tunteita koko uhkaavat tekijät aihepiirissä, kun tarkastellaan arvojen 3 ja 4 suosiota. Toiseksi eniten vastaajat kokivat teknisiä ongelmia ja vähiten pelon tunteita. Teknisistä ongelmista arvo 2 oli suositumpi kuin arvo 4, toisin kuin aihepiirin muissa kysymyksissä. Kokonaisuudessaan uhkaavien tekijöiden tuottamien haasteiden kanssa jonkin verran samaa mieltä tai samaa mieltä oli joka neljäs vastaaja. Arvona tätä voidaan kokonaisuudessaan pitää suurena, sillä kyselyyn vastanneet henkilöt omaavat kyvykkyydet digitaalisten laitteiden perustoimintoihin. Jotta kyselytutkimukseen pystyi osallistumaan, vastaajilla tuli olla perustason tekniset taidot hallussa, sillä kysely toteutettiin paikan päällä järjestettyjen tapahtumien yhteydessä tableteilla ja webinaarin jälkeen omilla laitteilla. Näin ollen voidaan päätellä, että laajemmassa mittakaavassa, koko ikääntyvä kohderyhmä huomioon ottaen, vastausten tulokset voivat olla heikompia.

6.4 Tarpeet

Kyselyssä kohderyhmän tarpeita, ja siten myös vastausta toiseen tutkimuskysymykseen, analysoin avoimien kysymysten 12, 13 ja 14 vastausten perusteella. Tarpeita käsittelevässä osiossa pyrin varmistamaan, että uudet havainnot voivat nousta esiin ilman ennalta asetettuja taustaoletuksia kyselyn laadintaprosessissa. Tarpeet liittyvät esimerkiksi siihen, minkälaisessa formaatissa kohderyhmä itse kokee, että apu olisi

parhaalla mahdollisella tavalla löydettävissä ja hyödynnettävissä. Avoimien vastausten analyysin avulla selvitin, millä osa-alueilla kohderyhmä kokee tarvitsevansa lisätietoa ja tukea. Tarpeet voivat liittyä myös siihen, miten apua ja tukea voi löytää ja ymmärtää paremmin. Tarpeissa ilmenevillä havainnoilla selitän myös suljettujen asenneväittämien tuloksia. Kysymykset olivat seuraavat:

12. *Mistä saat tarvittaessa tukea verkossa asioimiseen ja laitteiden käyttöön?*
13. *Missä toivot saavasi apua verkossa asioimiseen ja laitteiden käyttöön?*
14. *Millaista apua toivoisit saavasi verkossa asioimiseen ja laitteiden käyttöön?*

Kysymykseen 12 oli vastattu hyvin lyhyesti. Vastauksissa toistuivat kuitenkin samat väylät saada apua. Näitä olivat esimerkiksi sukulaiset, ystävät, operaattorit, Telia, omat lapset, naapurit, internet, kirjastot sekä seniorien neuvonnat. Vastauksissa kävi myös ilmi, että monille taidot ovat muotoutuneet jo työelämässä. Useassa vastauksessa myös todettiin, ettei apua ole tarvittaessa saatavilla.

Teliaan liittyviä vastauksia kysymyksessä 12 olivat Telian asiakaspalvelusta, Telian chatista, Telian puhelinpalvelusta, operaattorin sivuilta, Telia-Helpistä, Minun Teliasta ja myymälästä. Useampi vastaaja oli myös todennut hakevansa apua netistä. Tarkemmin netistä tietoa oli haettu Googlesta, palveluntarjoajien sivuilta, laitetoimittajien nettisivuilta, YouTubesta, tekoälyltä, eri hakukoneista, Facebook-rymistä sekä muilta netistä löytyviltä keskustelupalstoilta. Kun tietoa on haettu netistä, toistui useassa vastauksessa epätietoisuus tiedon luotettavuudesta.

Kysymyksen 13, jossa selvitin missä apua toivottaisiin olevan saatavilla, olivat vastaukset hyvin yksimielisiä siitä, että avun tulisi olla paremmin tarjolla netissä. Nettisivujen lisäksi vastauksissa näkyivät toiveet saada apua tekoälyltä sekä chat-palveluista. Chat-palvelujen osalta toivottiin moitteettomasti toimivia chat-palveluita, joista apu on saatavilla. Apua toivottiin myös operaattorin puolesta sekä muilta palveluntarjoajilta. Avun toivottiin olevan saatavilla myös palveluntarjoajien myymälöissä tai yritysten

webinaareissa ja tapahtumissa. Erilaiset kurssit ja webinaarisarjat kiinnostivat myös vastaajia.

Kun apua oli haettu paikan päältä, toivottiin myös, ettei neuvojalla olisi kiire vaan asia voitaisiin rauhassa käydä läpi. Neuvojien toivottiin olevan myös luotettavia, sillä usein verkkoasioinnissa on kyse henkilökohtaisista asioista. Vastauksissa toistuivat myös toive avun saamisesta tarvittaessa sekä puhelimitse että maksuttomasti. Avun toivottiin olevan myös nopeasti saatavilla, kun tarve tälle tulee. Myyjiltä toivottiin myös vähemmän ylimielistä asennetta asiakaspalvelukohtaamisissa. Yleisesti palvelujen tarjoajilta toivottiin parempaa ohjeistusta ja neuvontaa omien tuotteiden käyttöön erityisesti asennusten ja uuden laitteen hankinnan yhteydessä. Kokemuksista ilmeni myös ajatus siitä, että avun kysyminen saattaisi häiritä asiakaspalvelua, mikä voi johtaa haluttomuuteen pyytää apua.

Apua toivottiin myös videomuotoisena, selkeinä käyttöohjeina ja kysymyksien esittämisen toivottiin olevan mahdollista matalalla kynnyksellä. Videomuotoisuuden yhteydessä ehdotettiin esimerkiksi videopuheluita, joissa voitaisiin ratkaista käytön yhteydessä ilmennyt ongelma. Vastauksissa ilmeni myös se, että maksullisiin puhelinpalveluihin soitettaessa ongelman selittäminen voi olla haastavaa, mikä saattaa johtaa puhelun korkeisiin kustannuksiin tai estää ongelman ratkaisemisen. Toiveena oli myös saada jonkinlainen päivystävä neuvonta, jotta ilmenevät ongelmat saadaan ratkaistua.

Kysymyksessä 14 selvitin, millaista apua verkossa asiointiin ja laitteiden käyttöön toivotaan. Vaikka vastauksissa ilmeni joitakin eroavaisuuksia, useimmiten niissä korostui tarve ratkaisuille ongelmatilanteissa, tukea laitteiden päivityksiin ja turvallisuuteen liittyen. Avun toivottiin myös olevan selkokielisesti saatavilla ja vastauksissa toistui, että saatavilla oleva ohjeiden kieli on usein vaikeasti ymmärrettävää.

Kysymyksessä 14 toistuivat sovellusten tai järjestelmien asennukset sekä erilaisten ikonien ja kuvakkeiden auki selittäminen. Vastauksissa korostui tarve saada tietoa turvallisista sovelluksista sekä siitä, mitkä sovellukset ovat aidosti tarpeellisia ikääntyville käyttäjille. Asennukseen toivottiin myös helposti lähestyttävää apua. Asennusta voisi vastausten mukaan tukea visuaalinen sisältö, esimerkiksi kuvat ja videot, joissa laitteen käyttöön saisi apua. Myös perinteinen, ihmiseltä saatu apu oli erittäin toivottu tapa saada tukea ongelmatilanteissa.

Eniten kysymyksen 14 vastauksissa toistuivat tunteet siitä, että luotettavuuden lisäämiseksi tarvittaisiin toimia. Toivottiin myös neuvontaa, johon ei tarvitse syöttää omia tietoja. Joissain vastauksissa tähän kyselyyn vastaamisen luotettavuuttakin epäiltiin. Ohjeiden toivottiin olevan pysyvästi saatavilla, jotta niihin voisi tarvittaessa palata myöhemmin. Yleisesti vastauksissa näkyi turhautuminen digitalisaation nopeaan etenemiseen ja siihen, että monia toimintoja pidetään itsestään selvästi helppoina ja yksinkertaisina. Myös jatkuvasti yleistyviin verkkohuijauksiin ja näiden tunnistamiseen toivottiin tukea ja ohjeistusta. Vastauksista ilmeni myös innostus oppia uusista teknologioista, kuten tekoälystä ja sen tarjoamista mahdollisuuksista. Kyselyyn vastanneet toivoivat myös, että tulevista uusista laitteista ja teknologioista tarjottaisiin saavutettavaa ja helposti ymmärrettävää tietoa viipymättä, eikä vasta pitkän ajan kuluttua. Seuraavaksi erittelen havainnot kyselytutkimuksen vastausten perusteella.

6.4.1 Apua verkosta ja tietotekniikan asiantuntijoilta

Kysymyksessä 12 selvitin, mistä vastaajat saavat tarvittaessa tukea verkossa asiointiin ja laitteiden käyttöön. Vastausten perusteella tietoa oli haettu esimerkiksi Googlesta, YouTubesta ja tekoälyltä, kuten esimerkeissä (24) ja (25), minkä seurauksena tiedon luotettavuuden arvioiminen saattaa olla haastavaa. Kun puhutaan turvallisesta verkossa asioimisesta sekä laitteiden käytöstä esimerkiksi teleoperaattorit, pankit sekä julkisen- ja kolmannen sektorin toimijat ovat tahoja, joilta turvallista tietoa on saatavilla. Kyselyyn

vastanneet olivat saaneet apua myös Telian toimesta, kuten esimerkissä (26) sekä omilta sukulaisilta ja perheenjäseniltä.

(24) Netistä googlaamalla saa paljon ohjeita. Nykyään käytän usein ChatGPT:tä tiedon ja ohjeiden hakuun.

(25) Apua saan netistä googlaamalla ja operaattorin sivuilta, chatista ja muista yhteydenottopaikoista. Tai työpaikan nörteiltä.

(26) Apua saan Telialta ja Enter ry. Tehkää yhteistyötä.

Tietoa oli haettu laajasti eri lähteistä, mikä korostaa tarvetta luotettavan tiedon keskittämiselle yhteen paikkaan. Tämä voisi helpottaa asiointia, sillä kuten esimerkissä (25) mainitaan, ohjeita on saatavilla runsaasti, mutta niiden hajanaisuus ei välttämättä tue tehokasta tiedonhakua. Vastausten perusteella myös kiinnostavaa oli huomata, kuinka luotettavuutta tai sopivia tiedonlähteitä oli perusteltu. Verkosta haettua tietoa ei tarkemmin perusteltu, mutta silloin kun tämä koski läheisiä ihmisiä tai muita henkilöitä, koulutukselle ja tietotekniselle osaamiselle annettiin paljon painoarvoa. Asiantuntijuutta oli perusteltu esimerkiksi IT- tai teknisen alan koulutuksella, kuten esimerkeissä (27), (28), (29), (30), (31) ja (32) tai muulla työkokemuksella, mikä liittyi tekniseen alaan.

(27) Tietotekniikkafirma on tukenani.

(28) Apua saan pojaltani. ATK alan tuntija.

(29) Omat lapset ovat erittäin hyvin perillä. Yksi lapsista saa ”leipänsä” tietotekniikan parissa työskentelystä.

(30) Taloyhtiömme atk nikkari auttaa.

(31) Apua saan tutulta ICT-asiantuntijalta, Telian myymälästä, Telian puhelinpalvelusta ja tietoliikenteen parissa työskentelevältä naapurilta.

(32) Apua saan hyvältä ystävältäni, joka on opiskellut tietotekniikkaa yliopistossa.

Vastausten perusteella on mielenkiintoista huomata, kuinka moni vastaaja perustaa luotettavan tiedon esimerkiksi tietoteknisen tai muun ICT-alan koulutukseen, kuten

esimerkeissä (28), (29) ja (30). Mahdollistavissa tekijöissä selvinneet haasteet esimerkiksi teleoperaattoreiden asiakaspalveluhenkilökunnan kanssa nostavat esiin, ettei ikääntyvä kohderyhmä välttämättä koe myyjätahoa asiantuntevaksi tahoksi avustaa laitteiden käytössä, mikä näkyy esimerkeissä (27), (31) ja (32). Aiemmassa tutkimuksessa ikääntyvien luottamusta on kuvailtu haavoittuvan osapuolen halukkuutena olla alttiina toisen osapuolen toimille sen odotuksen perusteella, että toinen osapuoli suorittaa tietyn luottamuksen antajalle tärkeän toimen, riippumatta kyvystä valvoa tai kontrolloida avun antajaa (Weck & Afanassieva, 2013, s. 3). Avoimien vastausten perusteella voi tulkita, että ikääntyvät ovat halukkaita asettumaan alttiiksi tekniikan alan asiantuntijoille eivätkä välttämättä yritysten myyjätahoille tai asiakaspalvelun henkilökunnalle.

6.4.2 Osallisuuden kautta asiakaskokemus myönteiseksi

Kysymyksessä 13 selvitin, missä vastaajat toivovat avun olevan saatavilla. Vastausten perusteella korostui erityisesti se, että paikan päällä järjestetyt opastukset ja tapahtumat koettiin tehokkaiksi ja hyödyllisiksi oppimisen kannalta, ja niiden järjestämistä toivottiin jatkossakin. Kyselyn aineisto on kerätty OP Ryhmän Varmuutta verkkoon -viikolla, jonka aikana ympäri Suomea sekä verkossa järjestettiin tilaisuuksia, joissa ikääntyneille annettiin ohjeistusta turvalliseen verkkoasiointiin sekä digitaalisten laitteiden käyttöön. Tapahtumien aikaan myös Telia järjesti oman webinaarinsa samoihin teemoihin liittyen. Esimerkeissä (33) ja (34) korostuu, kuinka webinaarien järjestäminen kertoo kohderyhmän arvostamisesta ja aidosta halusta tarjota apua.

(33) Tämän päiväinen webinaari antoi tietoa eli liittymäasiakkaille enemmän opastusta ja myös henkilökohtaista opastusta. Rehellistä ja arvostavaa palvelua meille iäkkäämmille, jotka ei olla diginatiiveja.

(34) Voisi olla seminaareja, missä käytäisiin läpi ihan perusjuttuja.

Arcand ja muut (2017 s. 1080–1082) ovatkin tutkimuksessaan osoittaneet, kuinka kiinnostuksen herättäminen sekä mahdollisuus oppia uutta palveluntarjoajalta ovat vaikuttaneet palveluntarjoajaa kohtaan koettuun luottamukseen hyvin myönteisesti, kuten esimerkeissä (33) ja (34). Esimerkin (33) mukaiset paikan päällä tai etäyhteyksin järjestettävät tapahtumat eivät kuitenkaan yksin riitä ratkaisemaan äkillisesti ilmeneviä ongelmia, jotka voivat liittyä henkilökohtaisten asioiden hoitamiseen verkossa. Digitaalisen syrjäytymisen riskin välttämiseksi on tarpeen kehittää viestinnällisesti selkeitä ohjesivuja, toimivia asiakaspalvelujärjestelmiä sekä ymmärrettävää ja saavutettavaa viestintää. Toive toimivista ohjesisällöistä näkyi myös esimerkeissä (35) ja (36).

(35) Haluaisin saada apua Telian ja OP:n verkkosivuilta webinaarien lisäksi.

(36) Apua toivon kyseiseltä palveluntarjoajalta, selkeästi ja kuvia tai videoita näyttäen.

WCAG 2.1. ohjeistuksessa on määritelty saavutettavan ohjesivun tunnuspiirteitä, joiden avulla mahdollisimman monet ryhmät voivat saada näistä enemmän irti, kuten esimerkeissä (35) ja (36) toivotaan. WCAG 2.1. -ohjeistuksessa on määritelty 5 kohtaa, jotka määrittävät edellytykset saavutettaville sisällöille. Kohta 3 liittyy ymmärrettävyyteen. Informaation ja käyttöliittymän toiminnan tulee olla käyttäjilleen ymmärrettävää. Esimerkiksi verkkosivuilta löytyvien verkkosisältöjen täytyy olla ymmärrettäviä, kuten esimerkissä (36) toivotaan.

Avun toivottiin olevan saatavilla teleoperaattoreiden palveluissa, tässä tutkimuksessa Telian kautta saatavilla, kuten esimerkeissä (37), (38) ja (39). Telialta saadusta avusta nousi esiin erilaisia kokemuksia.

(37) Apua toivon saavani puhelinpalvelussa sekä Chat toiminnolla. Kumpikin on Telialla ollut haastavaa.

(38) Telialta, nykyinen hinta ei sovi kukkarolleni.

(39) Telia voisi tarjota enemmän apua verkossa asioimiseen, ilman että jotain pitää ostaa.

Osan vastaajista mielestä apu oli ollut hyvää, mutta osan mielestä parannettavaa on. Ongelmat liittyivät saavutettavuuteen ja käytettävyyteen, kuten esimerkeissä (37) ja (39).

6.4.3 Opastusta arjen käytännön tilanteisiin

Kysymyksessä 14 selvitin tarkemmin, millaista apua kohderyhmä toivoo saavansa. Vastausten ja teorian mukaan ohjesisällöt tulisi suunnitella kohderyhmä huomioiden sekä muodostaa teksti siten, että tavoite on määritelty (Saavutettavakieli.fi, 2024). Päivitettyjä ohjesisältöjä laadittaessa tulee näin ollen antaa painoarvoa kohderyhmän määrittelylle ja karsia pois turhat asiat ja ryhmitellä aiheet siten, että nämä kerrotaan loogisessa järjestyksessä. Kohderyhmä toivoi apua erityisesti tietoturvaan sekä turvallisuuteen liittyviin kysymyksiin, kuten esimerkeissä (40) ja (41). Apua kaivattiin myös arkisiin toimenpiteisiin, kuten kirjautumisiin (42).

(40) Ylivoimaisesti tärkeintä on osata tietoturvaan liittyvät asiat, joten siihen apua ja perusasioista lähtien, koska niissä on puutteita, koska tiedon etsiminen on kovan työn takana.

(41) Tarvitsisin apua lähinnä tietoturvallisuuteen liittyvissä asioissa sekä näihin laitteiden päivityskuvioihin, miten on turvallisinta tehdä.

(42) Apua tarvitsisin ihan perusasioihin, hyvin selkeitä ja pelottelemattomia toimintaohjeita siitä miten selvitä pankin, kelan, kantapalvelun, Pirhan … siis terveydenhuollon uusiutuvien sivujen, kevan, verottajan. Siitä miten herrannimessä esim. päällekkäisten sisäänkirjautumisen jälkeen on turvallista kirjautua ulos.

Kyselyyn vastanneet toivoivat erityisesti tietoa turvallisuudesta sekä lisäopetusta siitä, kuinka omaa turvallisuutta verkossa liikkuessa ja digitaalisia laitteita käyttäessä voidaan parantaa, kuten esimerkeissä (40) ja (41). Avoimien vastausten perusteella ohjeet, joita verkossa on saatavilla saattavat pelotella ikääntyvää kohderyhmää, kuten esimerkissä (42). Digitaalisen osallisuuden lisäämiseksi on kuitenkin tärkeää luoda rohkaisevaa

ohjesisältöä, jossa tarpeelliset vaaran paikat on tuotu esiin. Opastusta toivottiin myös erityisesti tilanteissa, kun asiakas on ostanut uuden laitteen ja tämä tulisi saada otettua käyttöön, kuten esimerkeissä (43) ja (44). Useiden kyselyyn vastanneiden kokemuksissa myyjä oli vakuuttanut, että uuden laitteen asentaminen on helppoa, mutta asiakas oli tästä huolimatta joutunut palaamaan myymälään vielä uudemman kerran.

(43) Opastusta tarvitsisin uuden laitteen käyttöön, puhelin ja tabletti.

(44) Apua tarvitsisin siihen, miten laite otetaan käyttöön ja kun vanha vaihtuu uuteen, miten kaikki tiedot siirtyvät.

Käyttöönoton yhteydessä on olennaista ottaa huomioon tarvittava tieto. Uutta laitetta asennettaessa kyselyyn vastanneet saattavat pohtia, mitkä sovellukset ovat aidosti tarpeellisia omalle laitteelleen. Tämä liittyy myös käyttöönottoon, johon kaivattiin tukea esimerkeissä (43) ja (44). Esimerkeissä (45) ja (46) korostuu myös se, kuinka tarpeellista olisi saada selville mitä tietoa tai laitteille ladattavia sovelluksia ikääntyvä verkon käyttäjä todella tarvitsee. Tähän toivottiin yksinkertaista ohjesisältöä. Tarvittavista sovelluksista ja laitteista tietoa voisi olla hyvä jakaa esimerkiksi digiopastusten kaltaisissa tapahtumissa, sillä näihin ei kohdistu välitöntä avun tarvetta.

(45) Haluaisin apua siihen, miten erottaa tarpeelliset sovellukset kaikista turhista. Sovelluksia on niin paljon kaikenlaisia.

(46) Haluaisin apua siihen, että joku osaisi karsia tarpeettomat sovellukset ja muutenkin yksinkertaistaa vaihtoehtoja.

Turhien sovellusten ja asennusten lisäksi, jotka ilmenivät esimerkeissä (45) ja (46), monet kyselyyn vastanneista toivoivat myös maksutonta apua, kuten esimerkissä (47), jonka tulisi olla helposti kohderyhmän saatavilla. Maksuttomuus liittyy myös saavutettavuuteen ja tämän toteutumiseen. Etenkin palvelujen saavutettavuus pitää sisällään maksuttoman pääsyn välttämättömään tietoon (Euroopan komissio, n.d.).

(47) Tarvitsisin ihan käytännön ongelmiin ratkaisuja. Nyt kallista soittaa. Tällä hetkellä puhelut ei yhdisty minulle.

Esimerkissä (47) ilmenneen maksuttomuuden lisäksi kyselyyn vastanneet toivoivat selkeitä ohjesisältöjä. Toive selkeydestä näkyi hyvin monessa vastauksessa ja selkeydellä viitattiin erityisesti nettisivuilta löytyvään ohjesisältöön sekä asiakaspalvelijoiden kanssa käytyyn asiointiin, kuten esimerkissä (48), avun toivottiin myös olevan konkreettista ja käytännönläheistä. Selkeyttä oli perusteltu multimodaalisen sekä visuaalisen sisällön lisäämisellä. Videomuotoista sisältöä toivoivat hyvin monet kyselyyn vastanneet, kuten esimerkissä (49).

(48) Kaipaan selkeitä neuvoja ja tarvittaessa konkreettista apua esim. mobiilivarmenteesta jne.

(49) Kaipaan luotettavia video-opasteita, voi tarvittaessa pysäyttää ja jatkaa, kun olen sisäistänyt asian.

Kokonaisuudessaan kyselyyn vastanneet olivat hakeneet apua netistä hyvin monista lähteistä sekä tutuilta ihmisiltä ja yritysten, kuten teleoperaattoreiden toimesta. Avun laatua oli korostettu asiantuntijuudella sekä tietoteknisen sekä ICT-alan koulutuksilla sekä työkokemuksella. Avun toivottiin olevan saatavilla webinaareina tai kursseina sekä ymmärrettävinä ja selkeinä verkkosisältöinä, kuten esimerkissä (48). Verkkosisältöjä tukee avoimien vastausten perusteella multimodaalinen sekä visuaalinen sisältö, kuten esimerkissä (49). Aiheet, joista apua kaivattiin, olivat erilaiset asennukset ja käyttöönotot sekä yleisesti tietoturvaan ja huijauksien välttämiseen liittyvät ohjeistukset. Avun toivottiin myös olevan hyvin perustasoista ja helposti ymmärrettävää.

7 Päätäntö

Ikääntyminen johtaa usein eri aistien heikkenemiseen (Hill & Sharma, 2020, s. 555–558), minkä vuoksi digitalisoituvassa maailmassa on keskeistä huomioida saavutettavuuden periaatteet, käytettävyys ja löydettävyys (Leskelä, 2019, s. 47). Tämän myötä digitaalinen maailma olisi yhä useamman saavutettavissa, mikä auttaisi vähentämään digitaalisia kuiluja ja edistämään digitaalista osallisuutta yhteiskunnassa. Digitaalisella osallisuudella tarkoitetaan sitä, että henkilöllä on kyky hyödyntää täysimittaisesti omien taitojensa avulla verkkopalveluita sekä digitaalisia laitteita (Tomczyk ja muut, 2023, s. 117–118). Telia on listannut omaksi tavoitteekseen kasvattaa asiakaskuntansa digitaalista osallisuutta, jota myös tämä tutkimus tukee (Telia, n.d.a).

Tutkimuksessa selvitin, kuinka teleoperaattori Telia voisi tarjota riittävän tuen digitaalisten laitteiden käyttöön sekä verkossa asiointiin ikääntyvälle asiakaskunnalleen. OP Ryhmän Varmuutta verkkoon tapahtumien myötä tutkimukselle sain laajan otannan ja tutkimuskysymyksiin uutta tietoa tarjoilevia vastauksia. Vaikka tapahtumat olivat OP Ryhmän järjestämiä, saatiin 94,3 % kyselyn vastauksista Telian liittymäasiakkailta, jonka myötä kyselyyn vastanneet edustivat tulosten mukaan suurimmilta osin Telian asiakaskuntaa. Tutkimuskysymykset olivat:

1. Mitä rajoittavia, mahdollistavia ja uhkaavia tekijöitä iän puolesta haavoittuvassa asemassa olevien verkkopalveluiden ja digitaalisten laitteiden käyttöön liittyy?

2. Millaisia tarpeita kohderyhmällä on verkkopalveluiden tuen saatavuuden ja saavutettavuuden suhteen?

Tutkimuskysymysten rajoittavat, mahdollistavat ja uhkaavat tekijät sekä tarpeet muodostuivat teoreettisen viitekehyksen, tutkimusaukon sekä kohdeorganisaatiolta saatujen selvitystoiveiden perusteella. Mahdollistavissa tekijöissä selvitin yrityksen käytössä olevia asiakaspalvelukanavien hyötyjä sekä yleisesti sitä, kuinka yleistä

teleoperaattorilta saatu apu on. Rajoittavina tekijöinä olivat teorian pohjalta esiin nousseet tekniset ongelmat sekä käytettävyyteen liittyvät rajoitteet, jotka voivat estää käytön opettelua. Uhkaavien tekijöiden osalta tarkastelin digitaalista syrjäytymistä lisääviä tekijöitä. Digitaalisella syrjäytymisellä tarkoitetaan tilaa, jossa henkilö jää digitaalisen kehityksen ja teknologian ulkopuolelle (THL, 2016). Ensimmäisessä tutkimuskysymyksessä halusin selvittää, mitkä tekijät rajoittavat, mahdollistavat tai uhkaavat ikääntyvää asiakaskuntaa, kun puhutaan digitaalisten laitteiden käytön opettelusta tai verkossa asioimisesta. Ensimmäisen tutkimuskysymyksen kysymysten ollessa suljettua asenneväittämiä, selitin näiden tuloksia avoimissa vastauksissa ilmenneiden havaintojen pohjalta.

Toisessa tutkimuskysymyksessä selvitin kohderyhmän tarpeita. Tarpeita käsittelevässä osiossa pyrin varmistamaan, että uudet havainnot voivat nousta esiin ilman ennakko-oletuksia kyselyn laadintaprosessin aikana. Tarpeet liittyvät esimerkiksi siihen, missä muodossa kohderyhmä itse kokee avun olevan parhaiten saatavilla ja hyödynnettävissä. Avoimien vastausten analyysin avulla kartoitin, millä osa-alueilla kohderyhmä kokee tarvitsevansa lisätietoa ja tukea. Lisäksi tarpeet voivat koskea myös keinoja, joilla apua ja tukea voidaan löytää ja ymmärtää paremmin.

Rajoittavissa sekä uhkaavissa tekijöissä korostuivat tekniset ongelmat sekä heikko luottamus omaa osaamista kohtaan. Uhkaavien tekijöiden määrittämistä haasteista samaa mieltä oli noin joka neljäs vastaaja. Rajoittavista tekijöistä kärsi harvempi vastanneista, keskimäärin joka kymmenes vastaaja. Ainoastaan itseluottamuksesta kysyttäessä joka neljäs vastaaja oli kokenut haastavaksi luottaa itseensä digitaalisia laitteita käyttäessä tai verkossa asioidessa. Avoimien vastausten perusteella itseluottamusta heikensivät tekniset ongelmat sekä verkkohuijausten uhriksi joutuminen. Huijauksilta välttymiseksi toivottiinkin ajantasaista ja konkreettista ohjesisältöä. Pääasiassa rajoittavien ja uhkaavien tekijöiden tulokset olivat kuitenkin kohtuullisia, sillä suurin osa ei suljettujen kysymysten perusteella kärsi teemojen määrittelemistä haasteista tai uhkakuvista.

Mahdollistavista tekijöistä esiin nousi erityisesti mahdollisuus hyödyntää tekoälyä ikääntyvän asiakaskunnan tuen tarjoamisessa. Tekoälyn avulla voidaan selvittää kyselyssä rajoittavina tekijöinä nousseet kielellisen saavutettavuuden ongelmia, jotka liittyivät sisältöjen ymmärrettävyyteen. Tekoäly voi myös parhaassa tapauksessa ratkaista emotionaalisia ongelmia sekä poistaa kiireen tunteen (Britt, 2024, s. 14), mikä nousi myös ongelmaksi kyselyn pohjalta. Kyselyn vastauksissa toivottiin myös muistiin jäävää ohjesisältöä. Tämä voitaisiin toteuttaa tekoälypohjaisen palvelun avulla. Ikääntyville suunnattu tekoälypohjainen palvelu voisi parantaa kohderyhmän asiakas- sekä käyttäjäkokemusta. Kyseinen palvelu voisi esimerkiksi selittää vaikeita käsitteitä ja auttaa ymmärtämään nykyaikaisten laitteiden vaatimaa termistöä.

Tutkimuksen laadintavaiheessa puhelinpalvelut nähtiin mahdollistavina kanavina, mutta tutkimustulosten valossa asiakaspalvelukanava ei ole vastaajien suosiossa. Puhelinpalvelut todettiin asiakaspalvelukanavista haasteellisiksi, koska kielelliset esteet voivat vaikeuttaa asiointia. Kielellisten haasteiden lisäksi puhelinpalvelujen maksullisuus saattaa tehdä avun saamisesta ikääntyville asiakkaille kalliita, jolloin taloudellisen saavutettavuuden periaatteet eivät toteudu (Hyppönen ja muut, 2023, s. 126-127). Mahdollistavana tekijänä voidaan nähdä avoimissa vastauksissa ehdotettu multimodaalisen ja visuaalisen sisällön hyödyntäminen, jossa asiakas voisi tarpeen mukaan seurata opastusta videomuotoisena, pysäyttää ja jatkaa katselua, kun on päässyt etenemään ongelman selvittämisen kanssa. Perinteisten puheluiden sijaan avoimien vastausten perusteella videopuhelut voisivat ratkaista useita kielelliseen-, fyysiseen- sekä kognitiiviseen saavutettavuuteen liittyviä ongelmia. Videopuhelun avulla asiakas voi havainnollistaa ongelman itse, mikä mahdollistaa asiakaspalvelijan nopeamman ongelman tunnistamisen ja ratkaisemisen.

Mahdollistavien tekijöiden kysymyksessä, jossa selvitin kohderyhmän kokemuksia avun kysymisestä operaattorin myymälässä, näkyi asiakaskokemuksen kannalta huolestuttava avoimissa vastauksissa ilmennyt seikka. Kyselyyn vastanneet kokivat asiakaspalvelijoiden

sekä myyjien lähestymisen haasteelliseksi, kun avulle olisi tarve. Telian kilpailijoista Elisa mainitsee nettisivuilla kouluttavansa henkilöstöään kohtaamaan haavoittuvassa asemassa olevia kuluttajia, esimerkiksi ikääntyviä (Elisa, n.d.). Lähestymisen lisäksi ongelmaksi muodostui ymmärrettävyyteen liittyvät haasteet sekä kielellisen saavutettavuuden haasteet, jotka näkyvät olemassa olevassa ohjesisällössä. Ikääntyvä kohderyhmä ja mahdollisesti diginatiivit asiakaspalvelijat eivät välttämättä ymmärrä toisiaan, minkä myötä avun saaminen voi olla haasteellista.

Tarpeissa selvitin myös aihealueet, joista kyselyyn vastanneet kaipaisivat lisää tietoa ja tukea. Aihealueita olivat laitteiden asennukset, laitteiden ja sivustojen päivittämiset sekä tietoturvaa koskevat kysymykset ja vinkit huijauksilta välttymiseen. Toimivat ja ymmärrettävät ohjesisällöt parantavat aiemman tutkimuksen mukaan käyttäjäkokemusta. Käyttäjäkokemuksella tarkoitetaan henkilön käsityksiä ja reaktioita, jotka johtuvat tuotteen, järjestelmän tai palvelun käytöstä tai odotetusta käytöstä (Lorenz ja muut, 2023 s. 1–2).

Kyselyyn vastanneet hakevat paljon tietoa verkosta, joten tiedon keskittäminen yhteen paikkaan, esimerkiksi laitteiden asennuksista ja päivityksistä, voisi helpottaa asiointia. Verkosta löytyvät ohjeet tulisi muotoilla kielellisesti selkeiksi ja termit ja ikonit tulisi avata mahdollisimman tarkasti. Näin voidaan välttyä kielellisiltä haasteilta ja saada mahdolliset digitaalisia laitteita tai verkkoasiointia koskevat ongelmat hoidettua nopeasti ja vaivattomasti. Tukea digitaalisten laitteiden käyttöön sekä verkkoasiointiin oli haettu myös teknisen alan asiantuntijoilta sekä muilta ICT-alan toimijoilta. Tämä on merkittävä havainto, sillä toimivaa asiakaspalvelua ei kaikissa tilanteissa koettu riittäväksi avun tarjoajaksi. Sen sijaan asiantuntijuudelle annettiin huomattavaa painoarvoa, mikä korostaa asiakkaiden tarpeita.

Hyvin suunnitellut verkkosisällöt ja ikääntyvälle kohderyhmälle räätälöity tekoälypohjainen chat-palvelu mahdollistavat avun saannin ajasta ja paikasta riippumatta, mikä voidaan nähdä saavutettavuuden keskeisenä periaatteena. Lisäksi

kyselyyn vastanneet ilmaisisivat kiinnostusta erilaisiin kursseihin, webinaareihin ja tapahtumiin. Erityisesti kurssit ja webinaarit voivat edistää sosiaalisen saavutettavuuden toteutumista, sillä ne tarjoavat osallistumismahdollisuuksia ja tukiverkostoja digitaalisen osaamisen kehittämiseen. Yritys voi hyödyntää näitä keinoja osallistaakseen asiakaskuntaansa ja vahvistaakseen asiakaskokemusta. Sosiaalisella saavutettavuudella tarkoitetaan käyttäjän kokemusta siitä, että digitaalisen maailman olevan hänelle saavutettavissa (Hyppönen ja muut, 2023, s. 126). Yhdistämällä eri havaintoja, esimerkiksi webinaarisarja kohderyhmän toivomista aiheista voisi olla tehokas tapa parantaa saavutettavuutta ja vastata asiakkaiden tarpeisiin.

Tutkimuksessa oli rajoitteita, jotka tulee huomioida tuloksia tarkasteltaessa. Kyselylle sain 1349 vastaajaa, minkä puolesta tuloksia voidaan pitää merkittävinä ja todellisuutta heijastelevina. Rajoitteeksi kuitenkin muodostuu se, että kyselyyn vastaaminen vaati kyvykkyyksiä käyttää digitaalista laitetta, sillä kysely toteutettiin verkossa Lyyti-järjestelmän kautta. Paikan päällä järjestetyissä tapahtumissa vastaaminen tapahtui tabletilla, mikä edellytti tiettyjä digitaalisia taitoja. Tästä syystä kohderyhmään kuuluvat henkilöt, joilla ei ole valmiuksia käyttää digitaalisia laitteita, jäivät tämän tutkimuksen ulkopuolelle. Kohderyhmän ulkopuolelle jäävät myös ne henkilöt, joilla ei ole kiinnostusta oppia uutta digitaalisten laitteiden käytöstä ja verkossa asioimisesta, sillä tapahtumiin osallistuminen oli vapaaehtoista.

Kokonaisuudessaan tutkimuksessa selvisi, että saavutettavammille ohjesisällöille sekä käyttäjäkokemukseltaan toimiville kanaville on tarvetta. Tutkimuksen mukaan ikääntyvä asiakaskunta haluaa oppia uutta digitaalisten laitteiden käytöstä sekä oppia itsenäisesti asioimaan verkossa ja tätä varten tarvitaan saavutettavaa tukea. Tutkimuksen tulosten valossa mielenkiintoista on tutkia tarkemmin ikääntyvien suhdetta tekoälyä kohtaan sekä mahdollisuuksia, kuinka kyseinen kohderyhmä voisi hyötyä tekoälystä laajemminkin. Jatkotutkimusehdotuksena myös visuaalisen sisällön, esimerkiksi videopuheluiden hyödyntämistä asiakaspalvelukanavana tulee omana tutkimusaiheena käsitellä. Kuinka paljon visuaalinen ja mulimodaalinen sisältö nopeuttaa ongelmien ratkaisua sekä

asiakastyytyväisyyttä? Kokonaisuudessaan tutkimuksen avulla kohdeorganisaatiolle kerättiin uutta tietoa sekä keinoja tarjota parempaa palvelua ikääntyvälle kohderyhmälle.

Lähteet

Affonso de Lara, S.M., Watanabe, W. M., dos Santos, E. P. B., & Fortes, R. P.M. (2010*). Improving WCAG for elderly web accessibility.* New York, NY, USA: ACM https://doi.org/10.1145/1878450.1878480

Alasuutari, P. (2011). *Laadullinen tutkimus 2.0.* Vastapaino.

Aluehallintovirasto, (2023). *WCAG 2.1: lain vaatimukset.* Noudettu 20.10.2024 osoitteesta: https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/digipalvelulain-vaatimukset/wcag-2-1/

Airaksinen, S. (2021). *Esteettömyysdirektiivi tekee digitaalisista palveluista helppokäyttöisempiä.* Noudettu 17.10.2024 osoitteesta: https://selkodigital.fi/esteettomyysdirektiivi-tekee-digitaalisista-palveluista-helppokayttoisempia/

Arcand, M., PromTep, S., Brun, I. and Rajaobelina, L. (2017) Mobile Banking Service Quality and Customer Relationships. *International Journal of Bank Marketing,* 35, 1068-1089. https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2015-0150

Augustson, A. (2024). *Telia Company Sustainability Reporting Framework / Telia Company.* Noudettu 3.3.2025 osoitteesta: https://urly.fi/3MZ3

Becker, L. & Jaakkola, E. (2020). *Customer experience: fundamental premises and implications for research*. https://doi.org/10.1007/s17747-019-00718-x

Berger, A. A. (2014). Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches. *SAGE Publications.* https://doi.org/10.4135/9781071939017

Beyene, W. M. (2018). Digital Inclusion in Library Context: A Perspective from Users with Print Disability. *Journal of web librarianship.* https://doi.org/10.1080/19322909.2018.1427657

Bradbrook, G.M., & Fisher, J. (2004). *Digital Equality Reviewing Digital Inclusion Activity and Mapping the Way Forwards*. Citizens Online.

Braun V. & Clarke, V. (2006). *Using Thematic Analysis in Psychology. Qualitative Research in Psychology 3 (2).* https://dx.doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Britt, P. (2024). In Customer Service, AI Is Everywhere: Generative, conversational, predictive, and multimodal are among the AI flavors. *CRM Magazine*, 28(6), 12–15.

Bodker, S. (1990). *Through the interface: A human activity approach to user interface design*. Noudettu 18.10.2024 osoitteesta: https://www.citeluke.org/group/2174/article/1902578

Cheng, X., Qiao, L., Yang, B., & Li, Z. (2024). An investigation on the influencing factors of elderly people's intention to use financial AI customer service. *Internet Research*, *34*(3), 690–717. https://doi-org.proxy.uwasa.fi/10.1108/INTR-06-2022-0402

De la Cuesta-Gonzalez, M., Pardes-Gazquez, J., Ruza, C., Fernandez-Olit, B., (2021). The relationship between vulnerable financial consumers and banking institutions. *A qualitative study in Spain.* https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2021.01.006.

Digi- ja väestötietovirasto (DVV), (2024). *Digituki*. Noudettu 16.11.2024 osoitteesta: https://dvv.fi/koulutukset-ja-tallenteet

DNA (n.d.). *Digitaalisesti yhdenvertaisen Suomen puolesta*. Noudettu 6.11.2024 osoitteesta: https://corporate.dna.fi/vastuullisuus/digitaalinenyhdenvertaisuus/digitalisoituva-yhteiskunta

Elisa (n.d.). *Seniorit ja digitaalisuus*. Noudettu 6.11. osoitteesta: https://elisa.fi/yhtiotieto/vastuullisuus/seniorit-ja-digitaalisuus/

Eskola, J., & Suoranta, J. (1998). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Vastapaino.

Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2019/882. Direktiivi tuotteiden ja palveluiden esteettömyysvaatimuksista. Osoitteessa: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/ALL/?uri=CELEX%3A32019L0882

Euroopan komissio, (n.d.). *Digitaalinen osallisuus*. Noudettu 6.11.2024 osoitteesta: https://digital-strategy.ec.europa.eu/fi/policies/digital-inclusion

Euroopan komissio (n.d.). *Verkkosisällön saavutettavuutta koskeva direktiivi –Standardit ja yhdenmukaistaminen.* Noudettu 6.11.2024 osoitteesta: https://digital-

strategy.ec.europa.eu/fi/policies/web-accessibility-directive-standards-and-harmonisation

Göb, R., McCollin, C., & Ramalhoto, M. F. (2007). Ordinal methodology in the analysis of likert scales. *Quality & quantity,* 41(5), 601-626. https://doi.org/10.1007/s11135-007-9089-z

Hakala, S., & Vesa, J. (2013). Verkkokeskustelut ja sisällön erittely. Teoksessa S.-M. Laaksonen, J. Matikainen, & M. Tikka (Toimittajat), *Otteita verkosta: Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät* (Sivut 216-244). Vastapaino. http://www.vastapaino.fi/vp/index.php?page=shop.product_details&flypage=$flypage&product_id=424

Helkkula, A. (2011) Characterizing the Concept of Service Experience. *Journal of Service Management,* 22, 367-389. https://doi.org/10.1108/09564231111136872

Hill, R. P. & Sharma, E. (2020). Consumer vulnerability. *Journal of Consumer Psychology*. https://doi.org/10.1002/jcpy.1161

Hirsijärvi, S., Remes, P. & Saajavaara, P. (2013). *Tutki ja kirjoita.* Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Hirvonen, M. (2022). *Saavutettava viestintä.* Noudettu 18.11.2024 osoitteesta: https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2022092760240

Huang, M.-H., & Rust, R. T. (2024). The Caring Machine: Feeling AI for Customer Care. *Journal of Marketing*, 88(5), 1–23. https://doi-org.proxy.uwasa.fi/10.1177/00222429231224748

Hyppönen, A., Koskela, M., Jaskari, M-M. (2023). Verkkopankkipalveluiden saavutettavuus – emotionaalisen ulottuvuuden huomioiminen asiakaskokemuksen kehittämisessä. *Kulutustutkimus. Nyt, 17*(1-2), 122-148. https://doi.org/10.54333/kulutustutkimus.128096

International Organization for Standardization (2009). *Ergonomics of human-system interaction. Part 210: Human-centred design for inter- active systems.* Noudettu 1.11.2024 osoitteesta: https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:52075:en

International Organization for Standardization (2018). *Information technology – User interface accessibility – Part 1: User accessibility needs.* Noudettu 1.11.2024 osoitteesta: https://iso.org/obp/ui/#iso:std:iso-iec:29138:-1:ed-1:v1:en

International Organization for Standardization (2010). ISO 9241-210:2010. Noudettu 1.11.2024 osoitteesta: https://www.iso.org/standard/52075.html

Johnson, J., Finn, K. (2017). *Designing User Interfaces for an Aging Population. Towards Universal Design.* Cambridge: Elsevier Inc.

Jongmans, E., Jeannot, F., Liang, L., & Dampérat, M. (2022). Impact of website visual design on user experience and website evaluation: the sequential mediating roles of usability and pleasure. *Journal of Marketing Management,* 38(17/18), 2078–2113. https://doi-org.proxy.uwasa.fi/10.1080/0267257X.2022.2085315

Kauppila, R. (2015). Muistin tehostaminen: ohjeita, ideoita ja keinoja muistin tehostamiseen. ISBN: 978-952-93-5086-5.

Kautto, S., Mannila, M. (2023). *Tekoäly tulee mukaan oppimisympäristöön*. Noudettu 23.11.2024 osoitteesta: https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2023021527337

Keskinen, T. (2022). *Vammaisten ihmisten digitaalinen ja teknologinen osallisuus suomalaisessa yhteiskunnassa: Subjektiivisia kokemuksia: yhteenveto Suomen kyselyn valintatyyppisten kysymysten tuloksista.* Noudettu 19.10.2024 osoitteesta: https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-2498-8

Kiviranta, V. (2024). Ulkomailta tulee huijaussoittoja entistä enemmän. *Yle.* Noudettu 20.9.2024 osoitteesta: https://yle.fi/a/74-20113529

Kuntaliitto, (2024). *Mitä on saavutettavuus, mitä sillä saavutetaan ja ketkä siitä hyötyvät?* Noudettu 25.10.2024 osoitteesta: https://www.kuntaliitto.fi/julkaisut/saavutettavuusopas/2-mita-on-saavutettavuus

Kuntaliitto (n.d.). *Kuntien saavutettavuusopas*. Kuntaliiton verkkojulkaisu. Noudettu 25.10.2024 osoitteesta: https://www.kuntaliitto.fi/julkaisut/saavutettavuusopas

KvantiMOTV. (2010). *Kyselylomakkeen laatiminen*. Noudettu 26.10.2024 osoitteesta: https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html

Lamminmäki, R. (2020). Selkokieli sosiaali- ja terveysalalla. Tekoksessa A. L. Karjalainen & K. Wallenius-Penttilä (toim.), *Eri tavoin kommunikoivien kohtaaminen sosiaali- ja terveysalan työssä.* Helsinki: Diakonia-ammattikorkeakoulu. https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-493-359-9

Lehmuskoski, A., & Kuusisto-Niemi, S. (2012). *Asiakaslähtöiset ja vaikuttavat sosiaalipalvelut: Opas sosiaalihuollon käsitteelliseen tarkasteluun*. Itä-Suomen sosiaalialan osaamiskeskus.

Lemon, K., Verhoef, P. (2016). Understanding customer experience through the customer journey. *Journal of Marketing*. https://doi.org/10.1509/jm.15.0420

Leskelä, L. (2019). Selkokieli. *Saavutettavan kielen opas*. Helsinki: Kehitysvammaliitto ry.

Lorenz, M., Brade, J., Klimant, P., Heyde C-E, Hammer, N. (2023). Age and gender effects on presence, user experience and usability in virtual environments–first insights. *PloS one, 18(3), e0283565.*https://doi.org/10.1371/journal.pone.0283565

Maaß, C., & Rink, I. (2019). *Über das Handbuch Barrierefreie Kommunikation.* Teoksessa: Christiane Maaß and Isabel Rink (toim.), Handbuch barrierefreie Kommunikation. Berlin: Frank & Timme.

Marin, M. (2008). *Perheet, sukupolvet ja sosiaaliset verkostot*. Teoksessa: Greontologia. Toim. Heikkinen, E. ja Rantanen, T. ISBN: 978-951-656-249-3.

Mason, A., Compton, J., & Bhati, S. (2024). Identifying Accessibility Improvement Opportunities for Global Environmental Communication Websites. *Western Journal of Communication.* https://doi.org/10.1080/10570314.2022.2155070

Mertala, P. (2024). Diginatiivimyytin lyhyt oppimäärä. *Kasvatus & Aika (Verkkolehti). 18(3).* https://doi.org/10.33350/ka.144817

MDN. (2023). *Accessibility.* Noudettu 20.10.2024 osoitteesta: https://developer.mozilla.org/en-US/blog/accessibility-celebrating-gaad-2023/

Mobiilivarmenne. (n.d.). *Miksi Mobiilivarmenne*. Noudettu 20.12.2024 osoitteesta: https://mobiilivarmenne.fi

Moczarny, M., De Villers, R., Van Biljon, J. (2012). How can usability contribute to user experience? A study in the domain of e-commerce. *New York, NY, USA: ACM*. https://doi.org/10.1145/2389836.2389862

Mäkipää, J. (2022). *Towards Design Theory for Accessible IT Artefacts.* [Väitöskirja] https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-395-046-7

Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering.* Academic Press.

Nummenmaa, L., Holopainen, M. & Pulkkinen, P. (2014). *Tilastollisten menetelmien perusteet.* Sanoma Pro.

Pajala, S., Sihvonen, S. ja Era, P. (2008). *Asennonhallinta ja havaintomotorinen kyvykkyys.* Teoksessa: Gerontologia. Toim. Heikkinen, E. & Rantanen, T. ISBN: 978–951-656-249-3

Pajula, L., Korpela, V. & Hänninen, R. (2023). *Digitaalinen yhteiskunta ja ikääntyneet: Kohti yhdenvertaisuutta.* Noudettu 16.11.2024 osoitteessa: https://politiikasta.fi/digitaalinen-yhteiskunta-ja-ikaantyneet-kohti-yhdenvertaisuutta/

Park, S., & Humphry, J. (2019). Exclusion by design: intersections of social, digital and data exclusion. Information. *Communication & Society*, *22*(7), 934–953. https://doi-org.proxy.uwasa.fi/10.1080/1369118X.2019.1606266

Pesu, J. (2015). Kokonaistaloudellinen edullisuus ICT-hankinnoissa. Noudettu 3.3.2025 osoitteesta: https://www-edi-lex-fi.proxy.uwasa.fi/artikkelit/15271.pdf

Pörssitieto. (n.d.). *Sonera Oyj.* Noudettu 19.3.2025 osoitteesta: https://www.porssitieto.fi/poistuneet/sonera.shtml

Jain, R., Aagja, J., & Bagdare, S. (2017-05-08). Customer experience – a review and research agenda. *Journal of service theory and practice, 27*(3), 642-662. https://doi.org/10.1108/JSTP-03-2015-0064

Rosenbaum, M. S., Serger-Guttmann, T& Giraldo, M. (2017). *Commentary: vulnerable consumers in service settings. Journal of Service Marketing.* https://doi.org/10.1108/JSM-05-2017-0156

Saavutettavasti.fi. (2024). *Verkkosisältöjen saavutettavuus.* Noudettu 25.11.2024 osoitteesta: https://www.saavutettavasti.fi/verkkosisaltojen-saavutettavuus/

Saavutettavakieli.fi. (2024). *Ohjeet sisällöntuottajalle.* Noudettu 25.11.2024 osoitteesta: https://www.saavutettavakieli.fi/ohjeet-sisallontuottajille

SeniorSurf, Seniorit. (2024). Noudettu 12.12.2024 osoitteesta: https://seniorsurf.fi/seniorit/

Sinkkonen, I., Kuoppala, H., Parkkinen, J., & Vastamäki, R. (2006) *Käytettävyyden psykologia.* Helsinki: Edita Prima oy.

Sosiaali- ja terveysministeriö. (2018). *Syrjäytymisen ja köyhyyden ehkäiseminen.* Noudettu 23.10.2024 osoitteessa: http://stm.fi/syrjaytymisen-ja-koyhyyden-ehkaisy

Suominen, R. (2019). *Virkatekstin käytettävyys. Pöytäkirjasta verkkotekstiksi ja sosiaalisen median päivitykseksi*. Tampereen yliopiston väitöskirjat 97. https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-1174-2

Swarts, J. (2024). The Construction of Data Usability. *Technical Communication Quarterly*, 1-19. https://doi.org/10.1080/10572252.2024.2401359

Telia Finland. (2023). *Seniorit hakivat oppia digihuijausten torjuntaan – ”Kukaan ei ole enää turvassa”.* Noudettu 19.3.2025 osoitteesta: https://urly.fi/3MZR

Telia Finland. (n.d.a). *Digitaalinen osallisuus.* Noudettu 25.11.2024 osoitteesta: https://www.telia.fi/telia-yrityksena/yritysvastuu/digitaalinen-osallisuus

Telia Finland. (n.d.b). *Turvallisesti verkossa.* Noudettu 16.2.2025 osoitteesta: https://www.telia.fi/asiakastuki/turvallisesti-verkossa

Telia Company. (2025). *Annual report 2024.* Noudettu 19.3.2025 osoitteesta: https://urly.fi/3N0i

Telia Company. (n.d.a). *This is Telia*. Noudettu 23.10.2024 osoitteesta: https://www.teliacompany.com/en/category/this-is-telia

Telia Company. (n.d.b). *Diversity, equity and inclusion*. Noudettu 23.10.2024 osoitteesta: https://www.teliacompany.com/en/category/diversity-equity-and-inclusion

Telia Yhteisö. (n.d.). *Tietoa yhteisöstä.* Noudettu 12.1.2024 osoitteesta: https://yhteiso.telia.fi

Terveyden ja hyvinvoinninlaitos (THL). (2016). *Keskeisiä käsitteitä.* Noudettu 12.12.2024 osoitteesta: https://thl.fi/fi/web/hyvinvointi-ja-terveyserot/eriarvoisuus/keskeisia-kasitteita

Terveysverkko. (2013). *Ikääntymisen vaikutukset elimistöön.* Noudettu 20.9.2024 osoitteessa: http://terveysverkko.fi/tietopankki/senioreille/ikaantymisen-vaikutukset-elimistoon

Tiililä, U. (2022). Hyvää virkakieltä ja selkokieltä on edistettävä rinnakkain. *Kotimaisten kielten keskus.* Noudettu 25.10.2024 osoitteesta: https://www.kotus.fi/nyt/kolumnit_artikkelit_ja_esitelmat/hyvaa_virkakielta/hyvaa_virkakielta_2022/hyvaa_virkakielta_ja_selkokielta_on_edistettava_rinnakkain.37820.news

Tsatsou, P. (2022). Vulnerable people's digital inclusion: intersectionality patterns and associated lessons. *Information, Communication & Society*, *25*(10), 1475–1494. https://doi-org.proxy.uwasa.fi/10.1080/1369118X.2021.1873402

Tomczyk, L., d'Haenens, L., Gierszewski, D., & Sepielak, D. (2023). Digital inclusion from an intergenerational perspective: promoting the development of digital and media literacy among older people from a young adult perspective. *Pixel-Bit, Revista de Medios y Educacion*, *68*, 115–154. https://doi-org.proxy.uwasa.fi/10.12795/pixelbit.97922

Traficom. (2024). *Matkaviestinverkon liittymät.* Noudettu 3.3.2025 osoitteesta: https://tieto.traficom.fi/fi/tilastot/matkaviestinverkon-liittymat

Tullis, T., Bill, A. (2013). *Measuring the User Experience. Collecting, Analyzing and Presenting Usability Metrics*. Morgan Kaufmann.

Tuomi, J., Sarajärvi, A., & Tammi. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi* (Uudistettu laitos.). Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Tuomivaara, S., Alasoini, T. (2020) *Työterveyslaitos: Digitaaliset kuilut ja digivälineiden erilaiset käyttäjät Suomen työelämässä.* Noudettu 18.9.2024 osoitteesta: https://urn.fi/URN:ISBN:9789522619488

VALLI Ry. (n.d.). *Ikäteknologiakeskus.* Noudettu 3.3.2025 osoitteesta: https://www.valli.fi/tyomuotomme/ikateknologiakeskus/

Valtioneuvosto. (2023). *Esteettömyysdirektiivi helpottaa itsenäistä asiointia.* Noudettu 12.1.2025 osoitteesta: https://valtioneuvosto.fi/-/1271139/esteettomyysdirektiivi-helpottaa-itsenaista-asiointia

Vanhuspalvelulaki (2012/980). Annettu Helsingissä 28.12.2012. Osoitteessa: https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2012/20120980

Vanhustyön keskusliitto. (2024). *Digitaidot, - osallisuus ja -teknologia*. Noudettu 20.1.2025 osoitteesta: https://vtkl.fi/digitaidot

Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., Roggeveen, A., Tsiros, M., & Schlesinger, L. (2009). Customer experience creation: Determinants, dynamics and management strategies. *Journal of Retailing*, *85*(1), 31–41. https://doi.org/10.1016/j.jretai.2008.11.001

Vehkalahti, K. (2019). *Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät.* Helsinki: Tammi. http://doi.org/10.31885/9789515149817

Voutilainen, M., Räsänen I., (2013). *Sähköisen asioinnin lainsäädännön seuranta ja kehittämistutkimus.* Noudettu 15.11.2024 osoitteesta: https://www.edilex.fi/ministerioiden_julkaisut/12131.pdf

Weck, M. & Afanassieva, M. (2023). Toward the adoption of digital assistive technology: Factors affecting older people's initial trust formation. *Telecommunications policy, 47*(2), 102483. https://doi.org/10.1016/j.telpol.2022.102483

Wood, S. L., & Moreau, C. P. (2006). From fear to loathing? How emotion influences the evaluation and early use of innovations. *Journal of Marketing*, *70*(3), 44–57. https://doi.org/10.1509/jmkg.70.3.044

W3C. (2023). *Web content accessibility guidelines (WCAG) 2.1* (W. Chisholm, G. Vanderheiden, & J. White, Eds.). Noudettu 21.10.2024 osoitteesta: https://www.w3.org/TR/WCAG21/

W3C. (2024). *Older Users and Web Accessibility: Meeting the Needs of Ageing Web users.* Noudettu 20.1.2025 osoitteesta: https://www.w3.org/WAI/older-users/

Övermakr, T. (2019). *Saavutettavuus ei ole pelkkää tietotekniikkaa*. Tekoksessa L. Leskelä (toim.) Selkokieli. Saavutettavan kielen opas. Helsinki: Kehitysvammaliitto.

Liitteet

Liite 1. Kysely OP Ryhmän digiopastuksiin ja Telian webinaariin

Tämä kysely on osa Erica Heljon Vaasan yliopiston Viestintätieteiden pro gradu -tutkielman aineistoa. Tutkielmassa selvitän, minkälaisia tarpeita iän puolesta haavoittuvassa asemassa olevilla on, jotta apu ja tieto verkkopalveluiden ja digitaalisten laitteiden käytöstä olisivat mahdollisimman saavutettavia. Tutkimus toteutetaan Telia Finland Oyj:lle. Kysely on täysin anonyymi ja vastauksia käsitellään luottamuksellisesti.

Likert-asteikko 1=Täysin eri mieltä, 4=Täysin samaa mieltä

1. Ikä:

2. Oletko Telian liittymäasiakas: **Kyllä / Ei**

3. Mitä laitetta/laitteita käytät verkossa asioimiseen?

4. Tiedän, mistä löydän apua verkkopalveluissa asioimiseen ja laitteiden käyttöön. **Likert-asteikko 1-4**

1 **2** **3** **4**

5. Olen saanut teleoperaattorin toimesta apua verkkopalveluun kirjautumiseen sekä verkkopalvelussa asioideni hoitamiseen. **Likert-asteikko 1-4**

1 **2** **3** **4**

6. Luotan itseeni ja omaan osaamiseeni, kun asioin verkossa tai käytän digitaalisia laitteita. **Likert-asteikko 1-4**

1 2 3 4

7. Verkossa asioimisen ja laitteiden käytön opettelu turhauttaa. **Likert-asteikko 1-4**

1 2 3 4

8. Verkossa asiointi ja palveluihin kirjautuminen on pelottavaa. **Likert-asteikko 1-4**

1 2 3 4

9. Olen ladannut mobiilivarmenteen ja käytän sitä kirjautuessani sähköisiin palveluihin. **Vastausvaihtoehdot:**

Kyllä

Ei

En tiedä mikä on mobiilivarmenne

10. Kohtaan usein teknisiä ongelmia, kun asioin verkossa. **Likert-asteikko 1-4**

1 **2** **3** **4**

11. Tiedän, kuinka toimin, jos saan huijausviestin. **Likert-asteikko 1-4**

1 **2** **3** **4**

12. Hyödynnän yritysten chat-palveluita, kun kaipaan tukea verkossa asioimiseen tai laitteiden käyttöön. **Likert-asteikko 1-4**

1 **2** **3** **4**

13. Hyödynnän yritysten puhelinpalveluita, kun kaipaan tukea verkossa asioimiseen tai laitteiden käyttöön. **Likert-asteikko 1-4**

1 **2** **3** **4**

14. Olen käynyt kysymässä apua laitteen tai verkkopalvelun käyttöön palveluntarjoajan, esimerkiksi operaattorin, myymälässä. **Likert-asteikko 1-4**

1 **2** **3** **4**

15. Mistä saat tarvittaessa tukea verkossa asioimiseen ja laitteiden käyttöön?
    Avoin kysymys

16. Missä toivot saavasi apua verkossa asioimiseen ja laitteiden käyttöön?
    Avoin kysymys

17. Millaista apua toivot saavasi verkossa asioimiseen ja laitteiden käyttöön?
    Avoin kysymys