

**This is an electronic reprint of the original article.
This reprint *may differ* from the original in pagination and typographic detail.**

Author(s): Ylilahti, Minna; Koskinen, Veera

Title: Varttuneet kuluttajat ja wellness-teknologia : kehon arvottamisesta kohti omaehtoista käyttäjäkokemusta

Year: 2017

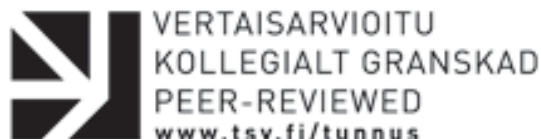
Version:

Please cite the original version:

Ylilahti, M., & Koskinen, V. (2017). Varttuneet kuluttajat ja wellness-teknologia : kehon arvottamisesta kohti omaehtoista käyttäjäkokemusta. *Kulutustutkimus.Nyt*, 11(1), 18-32. http://www.kulutustutkimus.net/wp-content/uploads/2017/08/Kulutustutkimus.nyt_1_2017.pdf

All material supplied via JYX is protected by copyright and other intellectual property rights, and duplication or sale of all or part of any of the repository collections is not permitted, except that material may be duplicated by you for your research use or educational purposes in electronic or print form. You must obtain permission for any other use. Electronic or print copies may not be offered, whether for sale or otherwise to anyone who is not an authorised user.

Varttuneet kuluttajat ja wellness-teknologia - kehon arvottamisesta kohti omaehtoista käyttäjäkokemusta



Minna Ylilahti ja Veera Koskinen

TIIVISTELMÄ

Artikkelissa tarkastellaan varttuneiden kuluttajien suhdetta wellness-teknologiaan. Wellness-teknologialla tarkoitetaan kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin ja terveyden edistämiseen ja ylläpitämiseen tarkoitettuja digitaalisia tuotteita ja ympäristöjä. Wellness-teknologian käyttö on elämyksellistä hyvinvointikulutusta: teknologia tarjoaa käyttäjälle erilaista kokemuksellista mielihyvää. Se on myös kehon hallinnan ja itsetarkkailun muoto. Hyvinvointia edistävä teknologia on vielä uutta mutta tulossa yhä laajemmin eri ihmisryhmien käyttöön. Wellness-kuluttaminen on nouseva kulutustrendi ja teknologia sen osa-alueena merkittävä. Aineistona käytettiin ryhmähaastatteluita, jotka toteutettiin kylpylä- ja kuntoutuslaitoksen kontekstissa. Pirkmyksenä oli muodostaa aineistolähtöisesti teknologian käyttöä ja sen tulkintaa kuvaavia kategorioita. Suhtautuminen teknologiaan kytkeytyi laitteiden tapaan määrittellä kehon tai yksilön toiminnan piirteitä ja tuottaa tietoa niistä. Osa teknologiatulkinnoista liittyi elämänkulun ja ikääntymisen odotuksiin, jolloin teknologian hallittavuus ja käyttäjän autonomisuus korostuivat. Kokonaisuutena wellness-teknologiaan liitettiin leikillisuus, pelillisuus mutta myös riippuvuus ja käyttäjän itsekontrollin puute. Laitteiden tapa mitata kehon ominaisuuksia vertautui suorituskeskeiseen ajattelutapaan ja ulkoapäin ohjautuvuuteen, ja tämä piirre ei itsestään selvästi istu wellness-kuluttajien tavoittelemaan kokonaisvaltaiseen kokemukselliseen ja itsetuntemukseen perustuvaan hyvinvointiin.

JOHDANTO

Tässä artikkelissa tarkastelemme keski-ikäisten käsityksiä wellness-teknologiasta eli hyvinvoinnin edistämiseen tarkoitettujen digitaalisten tuotteiden käyttämisestä. Tarkastelu perustuu kuntoutus- ja kylpylälaitoksen kontekstissa tuotettuun laadulliseen haastatteluaineistoon. Ikääntymisen Kulutustutkimus. Nyt (10) 1/2017 ISSN 1797-2345 (painettu) ISSN 1797-1985 (Verkkolehti)

yhteydessä hyvinvointi mielletään usein tarkoittavan vanhenevien ihmisten yleistä aktiivisuutta, ruumiin toimivuutta ja toimintakykyisyyttä (esim. Katz & Laliberte-Rudman 2005, 140). Tällainen käsitys ikääntymisestä liittyy vanhenemisen osaksi yksilön elämänstrategisia, yksilöllisiä valintoja ja näkyy yksilöiden kokemuksellisessa suhteessa omaan hyvinvointiinsa: itsestään on pidettävä huolta. Itseensä ja kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin panostaminen on laaja trendi (esim. Smith Maguire 2008; Sassatelli 2010) ja toisaalta wellness-kuluttamisen ja laajemmin ideologian on ajateltu kytkeytyvän yhä enemmän juuri terveyden ja hyvinvoinnin tavoitteluun ja lisäämiseen, jolloin se on myös julkisten palvelujen, kuten kuntoutuksen, kehittämiseen liittyvä asia (Muller & Lanz Kaufmann 2001, 12). Yksilötasolla hyvinvointikulutus kytkeytyy tällaisista lähtökohdista nouseviin tarpeisiin.

Ikäryhmänä keski-ikäiset ovat mielenkiintoisia teknologiankäyttäjiä, koska heillä on tietoa ja valmiuksia erilaisten teknologioiden käyttöön ja he ovat joukkoa, joka on elänyt digitaalisen teknologian kasvun aikakautta (esim. Niemelä-Nyrhinen 2007). Sosioekonomisen asemansa puolesta monilla keski-ikäisillä on halua ja mahdollisuuksia monipuoliseen vapaa-ajan kuluttamiseen. Wellness-teknologia on suhteellisen uusi teknologian alue, joka on vähitellen liukumassa arkiseen käyttöön. Wellness-teknologia sinänsä kytkeytyy laajasti yhteiskunnan tasolla hyvinvoinnin ja palvelujen digitalisointiokehitykseen, jolloin voidaan puhua vasta tulossa olevasta suuresta murroksesta hyvinvoinnin edistämiseksi (Lupton 2013). Tämä piirre tekee wellness-teknologiasta erityisen merkittävän tarkastelukohteen.

Tässä artikkelissa tarkastelemme kokemuksellista suhdetta wellness-teknologiaan sekä sitä, miten teknologioiden käyttöä kuvaillaan ja minkälaisiksi tuotteiksi ne mielletään. Etsimme haastatteluaineistosta teknologian käytön sosiokulttuurisia merkityksiä, jolloin huomiomme on kiinnittynyt teknologian, kokemuksellisen maailman ja arkielämän, eletyn teknologian käytön, tarttumapintoihin.

Suhdettamme teknologiseen kehitykseen merkityksellistä kysymystä yksilötoimijan autonomisuudesta. Moraalifilosofi Charles Taylor (1989) on sanonut, että autonomisuuden käsityksen taustalla on Kantin 1700-luvulla esittämä ajatus yksilön autonomisuudesta. Itsenäinen toimija on sellainen, joka määrittelee toimintansa päämäärät ja soveltaa niitä vapaasta tahdostaan. Riippuvaisen toimijan toimijuutta määrittää yksilöstä riippumaton ulkoinen voima. (Janasik-Honkela & Ruckenstein 2016.) Tällainen teknologiankäytön kahtalainen luonne tulee esiin hyvinvointiteknologian yhteydessä. Tässä asetelmassa kamppailu autonomiasta ja yksilön kokemasta riippuvuudesta korostuu, koska wellness-teknologia tulee yksityisyyden ja minuuden alueelle ja on toistaiseksi vielä 'uutta teknologiaa', joka hakee paikkaansa veraten esimerkiksi perinteiseen viestintäteknologiaan. Wellness-kuluttaminen ja nyt tarkasteltava teknologia ovatkin laajassa mielessä sellaista, jonka käyttämistä tai käyttäjäsuhdetta ei voi oikeastaan syvällisesti ymmärtää ottamatta huomioon yksilön sisältä ohjautuvaa toimijuutta ja pyrkimyksiä keskustella oman sisäisen maailmansa kanssa (ks. Steiner & Reisinger 2006).

Wellness-teknologialla tarkoitamme yleisesti hyvinvoinnin edistämiseen ja ylläpitoon tarkoitettuja digitaalisia tuotteita. Laskemme wellness-

teknologiaksi kaiken erilaisista mobiiliapplikaatioista ja peleistä tavallisempiin asioihin kuten verkkoympäristöihin, sykemittareihin ja aktiivisuusrannekkeisiin sellaisena kuin ne haastattelussa esiintyivät hyvinvoinnin tavoittelun merkityksessä. Tuotteina tällainen teknologia tulee konkreettisesti lähelle arkipäiväistä elämäntapaa sekä kehollisuutta ja ne liittyvät siten yksilön kokemukseen omasta olemuksestaan ja kehollisuudestaan. Tällaiselle alueelle hyvinvointitekniologia ujuttautuu. Emme ole olleet kiinnostuneita yksittäisten tuotteiden tai sovellusten käyttämisestä vaan olemme tavoitelleet laajaa näkökulmaa wellness-teknologiaan. Käytännössä hyvinvointitekniologia on yleensä kehon toimintojen mittaamiseen ja itsetarkkailuun (ks. esim. Lupton 2013) soveltuvaa teknologiaa, joten mittaamisen merkitys teknologiakokemuksissa nousee aineistosta esiin. Pidämme tätä hyvinvointitekniologiaan liittyvänä yleisenä piirteenä.

HYVINVOINTITEKNOLOGIASTA WELLNESS-TEKNOLOGIAAN

Yksilöiden suhde hyvinvointitekniologiaan on ajankohtainen teknologian tullessa yhä enemmän hyvinvoinnin ja hyvinvointipalvelujen kentälle. Terveysteknologian käyttöönotto on vaikuttanut merkittävästi siihen, miten ja millä tavalla tietoa kehosta pystytään ilman terveysalan ammattilaisen apua tuottamaan, ja millä tavalla tätä tietoa hyödynnetään osana henkilökohtaista keuhonhuoltoa ja hyvinvoinnin tavoittelua (Parviainen 2016). Wellness-teknologioiden, kuten älypuhelimien ladattavien wellness-applikaatioiden, pelikonsolilla pelattavien liikuntapeliin (exergames) ja erilaisten mukana kannettavien kehon mittalaitteiden (aktiivisuusranneke, sykemittari ym.) valtavirtaistuminen on yksi aikamme megatrendeistä (Gilmore 2015; Pantzar & Ruckenstein 2015).

Terveys, hyvinvointi ja wellness voivat saada hyvin erilaisia merkityksiä eri konteksteissa. Ymmärrämme hyvinvoinnin laaja-alaisesti yksilön olotilana, jota ei määritä ainoastaan kokemus terveydestä vaan myös tyytyväisyys vallitseviin olosuhteisiin sekä positiivinen vuorovaikutus elinympäristön kanssa (Diener 2006, 153). Wellneksellä viittaamme vallitsevaan terveysdiskurssiin, jonka keskeisenä sisältönä on pyrkimys kohti optimaalista hyvinvointia: kohti kehon ja mielen eheyttä (Myers ym. 2000). Keskeistä wellneksessä on yksilön vastuu omasta hyvinvoinnistaan ja sen myötä ennaltaehkäisevä ja tarkoituksenmukainen hyvinvoinnin edistäminen (Bodeker & Cohen, 2010, 6, 19).

Toisin kuin hyvinvointikulutus, joka tähtää hyvinvoinnin ylläpitoon, wellness-kulutuksella pyritään lisäämään koettua hyvinvointia. Kun riittävä hyvinvoinnin taso on yhteiskunnassa saavutettu, kiinnostus henkilökohtaisen hyvinvoinnin maksimointiin on lisääntynyt ja wellness-kulutuksesta on muotoutunut yhteiskunnallisesti hyväksyttävä tapa tavoitella hyvää oloa ja onnellisuutta (Pilzer 2002; Grénman ym. 2014). Omasta hyvinvoinnistaan kokonaisvaltaisesti kiinnostunut ja sitä aktiivisesti kehittävä ihminen on myös tämän päivän valistuneen terveyskansalaisen ihanne (Crawford 2006; Lupton 2014).

Wellness-teknologiaa kehitetään ja markkinoidaan pääasiassa yksityiseen käyttöön tukemaan terveitä elämäntapoja ja elämäntapamuutoksia sekä

avuksi kroonisten sairauksien hallintaan (Lupton 2013; Parviainen 2016). Enenevässä määrin wellness-teknologiaa käytetään myös viihdetarkoituksessa osana elämyksellistä hyvinvointikulutusta (Lupton 2014; Millington 2015). Teknologisten sovellusten ja tuotteiden on ajateltu soveltuvan hyvinvoinninedistämiseen ja itsehoidon opettelemiseen tai tukemiseen etenkin sellaisille ihmisryhmille, jotka ovat eri tavoin osattomia tai joiden tarpeet eivät kohtaa palvelujärjestelmän kanssa (Montague & Perchonok 2012).

VARTTUNEET KULUTTAJAT, IKÄÄNTYMINEN JA WELLNESS-TEKNOLOGIA

Väestön ikääntymisen seurauksena myös varttuneiden kuluttajien määrä on tasaisessa kasvussa. Suomessa tulohuippu saavutetaan nykyään 55–59 vuoden iässä, mikä on lisännyt elinkeinoelämän kiinnostusta yli 50-vuotiaita kuluttajia kohtaan (Ahonen & Vaittinen, 2015). Varttuneita kuluttajia on kuitenkin pitkään pidetty varsin homogeenisena kuluttajaryhmänä, minkä takia erityisesti vapaa-ajan kulutukseen liittyvää markkinointia on suunnattu pääasiassa nuoremmille kuluttajille (Thompson ym. 2009). Tämän päivän keski-ikäiset ovat ikäpolvea, joka on sosiaalistunut kuluttamaan ja ilmentämään elämäntyylejään yksilöllisten kulutusvalintojensa kautta. Wellnesksen osalta varttuneet kuluttajat ovat osoittaneet kiinnostusta etenkin anti-age-teollisuutta (Ojala ym. 2016), vaihtoehtohoitoja (Fries 2014), wellness-turismia (Chen ym. 2013) ja wellness-teknologiaa kohtaan (Mitzner ym. 2010).

Tutkimuksissa on korostettu ikääntymisen mukanaan tuomia ”terveysriskejä” ja vastaavasti uusien teknologioiden hyötyjä omaehtoisen ja itsenäisen ikääntymisen turvaamisessa (Preusse ym. 2014). Yhteiskunnallisesti keskustelu wellness-teknologioista on nähty tarpeelliseksi ja ajankohtaiseksi ennen kaikkea taloudellisten ja inhimillisten resurssien näkökulmasta, jolloin erilaisia teknologioita on esitetty ratkaisuksi tulevaisuuden kasvaviin hoiva- ja terveyspalvelutarpeisiin (ks. esim. Joyce & Loe 2010; Mitzner ym. 2013). Keskustelua hyvinvointi-innovaatioista on käyty osana aktiivisen ikääntymisen diskurssia, jossa wellness-teknologioiden käytöllä on nähty elämänlaatua parantavia ja aktiivisuutta lisääviä vaikutuksia (ks. esim. Koch 2010; Millington ym. 2015).

Wellness-teknologioiden yhteydessä on pohdittu sitä, kuinka halukkaita ja kykeneviä ikääntyvät kuluttajat ovat ottamaan käyttöön uutta teknologiaa. Sekä innovaatiovastaisuutta että teknologian käyttöön ottoon liittyviä vaikeuksia on perusteltu luonnolliseen ikääntymisprosessiin liittyvillä biologisilla ja psykologisilla muutoksilla (Laukkanen ym. 2007). Tällaisessa ajattelussa voi kuitenkin olla enemmän kyse kulttuurisista ikääntymiseen liittyvistä asenteista kuin todellisista omaksumiseen vaikuttavista henkisistä tai fyysisistä esteistä. Tutkimuksellista näyttöä on siitä, että ikääntyminen saattaa jossain määrin lisätä erilaisten teknologioiden käyttöä, jos niiden käyttöön otolla nähdään henkilökohtaisia elämänlaatuun ja elämänhallintaan liittyviä hyötyjä (Kania-Lundholm & Torress 2015). Yleensä ottaen suomalaisten arvoja tarkasteltaessa on havaittavissa teknologiamyönteisyyttä (Puohiniemi 2002).

Vaikka wellness-kulutuksen suosio heijastaa trendejä, hyvinvointiin liittyvät käsitykset ja kulutusihanteet ovat suuressa määrin myös kulttuurisia sekä ikä- ja elämänvaihesidonnaisia. Esimerkiksi wellness-teknologioiden yhteydessä varttuneet kuluttajat arvostavat enemmän yksityisyyttä ja suosivat laitteiden henkilökohtaista käyttöä, kun taas nuoret ovat kiinnostuneita teknologioiden sosiaalisista ulottuvuuksista, kuten mittaustulosten tai liikunta-suoritusten jakamisesta sosiaalisessa mediassa (Kutz ym. 2013). Toisaalta nykyiset keski-ikäiset nähdään potentiaalisena 'wellness-pelaajien' joukko-
na, joille kannattaisi suunnitella juuri heitä kiinnostavia sovelluksia (Gerling, Schild & Masuch 2011). Varttuneille kuluttajille wellness-teknologioiden merkityksen on myös osoitettu olevan kahtalainen; toisaalta pyritään ehkäisemään ikääntymiseen liittyviä kroonisia sairauksia (terveys- ja hyvinvointikulutus), ja toisaalta tavoitellaan entistä parempaa fyysistä ja psyykkistä olotilaa nykyisessä elämänvaiheessa (wellness-kulutus) (Koch 2010).

Wellness-kulutuksen saamat merkitykset ovat nekin monilta osin kulttuuriin, elämänvaiheeseen ja yksilön henkilökohtaisiin ominaisuuksiin ja mieltymyksiin sidottuja. Tästä syystä wellness-teknologian saamat subjektiiviset merkitykset muotoutuvat vasta kulutusprosessissa laitteen ja yksilön vuorovaikutuksessa. Sen lisäksi, että wellness-teknologia voi edesauttaa hyvinvointitavoitteiden saavuttamista, se voi myös tuottaa käyttäjälleen sellaista elämyksellisyyttä ja mielihyvää, jota laitteen valmistaja tai sovelluksen kehittäjä ei ole osannut ennustaa. Kun teknologisten laitteiden korkea laatu käytettävyyden suhteen on jo arkipäivää, tuotteilta vaaditaan käytettävyyden lisäksi nyt myös muita hyötyjä, kuten estetiikkaa ja sosiaalisia ulottuvuuksia (ks. esim. Verhoeff 2013; Lupton 2014). Terveyttä ja hyvinvointia korostava kulutus sinänsä paikantuu etenkin koulutettujen, hyvätuloisten naisten kulutustyyliksi (Wilska & Nyrhinen 2013, 21).

AINEISTO JA MENETELMÄT

Ammennamme tulkinassamme ruumiin fenomenologisesta (esim. Parviainen 2006) tarkastelusta asetelman, jossa pyrimme ymmärtämään kokemusta ja karakterisoimaan sitä kokemusta kuvaavilla kategorioilla. Hyvinvointiteknologian perimmäinen tarkoitus on intiimi; kehollisuuteen ja samalla ihmisen minuuteen ulottuvana toimintakäytäntönä, jossa kehollisuus tulee määrättyllä tapaa tarkastelun kohteeksi ja tulkituksi laitteiden kautta. Kyse on hyvinvoinnin ja yleensä konkreettisemmin terveyden edistämisestä, jolloin kyse on myös laajemmin sosiaalisesta interventiosta yksilön minuuteen. Tästä asetelmasta huomiomme kiinnittyy niihin erilaisiin tulkintatapoihin, joiden kautta teknologia tuotteina ja käytäntönä, toisin sanoen käyttötapoina, liitetään yhtäältä osaksi sosiaalista ympäristöä ja osaksi itseä. Kysymme, miten tällaista teknologiaa kuvaillaan ja millaisiksi tuotteiksi ne kaikkinsa mielletään.

Aineisto kerättiin ryhmähaastatteluina (8), joihin osallistui 41 50–64 -vuotiasta henkilöä. Haastateltavat olivat kylpylä- ja kuntoutuslaitoksessa lomalla tai kuntoutusjaksollaan. Ryhmähaastattelut järjestettiin laitoksen tiloissa. Ryhmissä oli sekä miehiä että naisia. Haastattelut toteutettiin puoli-strukturoituina teemallisina haastatteluina, joissa yksi keskustelunaihe oli hyvinvointi- ja wellness-teknologiat. Haastateltavat saatiin laitoksen henki-

lökunnan avustuksella ja osa haastateltavista rekrytoitiin laitoksen ympäristöstä. Haastateltavat olivat joko keskiasteen tai ylemmän korkea-asteen koulutuksen saaneita ja kaupunkimaisista ympäristöistä. Suurin osa oli työelämässä, poikkeuksena muutama hiljattain eläkkeelle jäänyt henkilö. Asiakkuus tarjosi otollisen lähtökohdan hyvinvointiteknologian pohtimiselle, koska laitoksessa ollaan wellness-ympäristössä. Yleisenä havaintona haastatteluista voi mainita sellaisen piirteen, että digitaalisista teknologioista ja ympäristöistä puhuttiin huomattavan heterogeenisesti. Emme käsittele analyysissä aineistoa näiden taustatekijöiden suhteen, koska niillä ei ollut merkitystä varsinaisten teknologiakokemusten kannalta.

Tätä artikkelia varten aineistosta eriteltiin kaikki teknologioita koskeva keskustelu. Aineisto analysoitiin aluksi teemoitellen, soveltaen klassista grounded theory-lähestymistapaa (Oktay 2012). Tällä tavoiteltiin kokonaiskuvaa, jonka pohjalta muodostettiin aluksi teoretisesti hyvinvointiteknologiaa ja sen käyttöä kuvaavat kategoriat. Teoretisyydellä tarkoitamme sitä, että ymmärrämme wellness-teknologian kaupallisina, itsehoidollisina wellness-tuotteina. Analyysiä jatkettiin aineistolähtöisesti sen hahmottamiseksi, millaisia laajempia wellness-kuluttamiseen liittyviä ja täydentäviä tulkintatapoja aineistosta on löydettävissä. Analyysiyksikkö vaihteli yksittäisestä lausumasta muutamien virkkeiden mittaisiin keskustelukokonaisuuksiin. Ryhmähaastattelu mahdollistaa etenkin kollektiivisen asenneilmapiirin, konsensuksen, tarkastelun (Heikkilä 2008, 303). Luenta aineistoon on ollut ryhmähaastattelumetodista johtuen kaksijakoinen (ks. myös esim. Bosco & Herman 2010). Yhtäältä olemme tarkastelleet teknologioita aineiston kautta peilautuvana yhteiskunnallisena ja kulttuurisena asiana ja toisaalta olemme olleet kiinnostuneita henkilökohtaisesta suhteesta teknologiaan. Analyysissä nämä kaksi kerronnan tasoa yhdistyvät.

ANALYYSI

Wellness-teknologia ja elämänkulun odotushorisontti

Haastateltavat olivat huomattavan kokeilunhaluisia ja kiinnostuneita erilaisista teknologisista laitteista ja uusista markkinoille tulevista hyvinvointituotteista. Haastatteluista kuvastui avoin suhtautuminen ylipäätään teknologiseen kehitykseen, mutta kerrontaa jakoi kauttaaltaan kahtalainen suhtautuminen teknologiaan: teknologian arvoa sinänsä korostettiin, mutta samalla sen tarpeellisuutta ja liiallista valtaa yksilön elämään pohdittiin. Wellness-teknologia merkitsi haastateltaville sellaisia tuotteita ja tuoteryhmiä, joiden hankkimista suunnitellaan, ne ovat erityisiä ja niissä on ainakin jonkin verran ylellisyystuotteen piirteitä; niitä saadaan lahjaksi, niiden hankintaa mietitään tai niistä kiinnostutaan jaettujen käyttäjäkokemusten kautta.

D2: Sykemittari mulla on kotona, mutta en mää sitä enää juurikaan käytä. Suurin piirtein tiän, mikä on syketaso [naurua]. Sain äitienväivälahjaksi aktiivisuusrannekkeen pyynnöstä, kun pyysin, mut sit se siellä roikkuu pöydällä.

Haastateltavat puhuivat melko paljon teknologiasta suhteessa omaan vanhenemiseen. Teknologiaan liitettiin ajatus mukana pysymisen vaateesta ja pysymisestä mukana yhteiskunnan kehityksessä. Teknologioiden hallinta rinnastui yhteiskunnassa pärjäämiseen. Keski-ikässä tehdyt valinnat, kuten valinta teknologian hankkimattomuudesta, voivat saada aikaan negatiivisia kehityskulkuja myöhemmässä elämänvaiheessa. Puhuttiin erakoitumisesta, mukana pysymisestä ja tipahtamisesta. Ulosrajautuminen nopeatempoisesta kehityksestä yhdessä oman kompetenssin vähentymisen kanssa merkityksellistävät suhdetta teknologiaan: osaamisesta on tullut pakon sanelemaa, omasta mielenkiinnosta riippumatonta. Teknologiaa on pakko hankkia ja opetella käyttämään, koska palvelut, ajanvietteet, ostaminen ja useat muut asiat ovat verkossa ja niiden saatavuus edellyttää uusien laitteiden hankkimista.

C2: Mikä se on sit se raja sitte, et nyt mentiin yli en osaa kyllä sanoa...tai pelottaa niinku jos tulee nää tietokoneet [asumisen ja palveluiden digitalisaatio] ja kaikki ni tai sillai, et ei enää opi käyttään, ni se ainaki minua vähän niinku. Ja pankkipalveluita...ni tipahtaa siitä kyydistä.

Tulevaisuuspuheessa wellness-teknologia liitettiin erityisesti vanhuuden asumis- ja auttamisratkaisuihin, joita yhtäältä tarjotaan ratkaisuina hoidollisiin tarpeisiin ja toisaalta markkinoidaan hyvinvointia tukemaan. Positiivisena odotteena teknologiasta puhuttiin kodin automaation ja turvateknologian merkityksessä. Teknologian käytännön toimivuus nousi esiin epävarmuustekijänä; pelkkä digitalisointi ei riitä, vaan tuotteiden pitäisi toimia sujuvasti yhteen keskenään ja eri palveluihin yhdistettynä. Kokemus siitä, että kehitys on jollain tapaa väistämätöntä, nosti esiin erityisesti kokemuksen teknologian hallittavuudesta. Ajatus omasta vanhenemisestä värittyi monella tapaa epävarmuuksia, katkoksia ja avuttomuuttakin sisältävänä elämänvaiheena, jolloin huoli itsemääräämisoikeuden, intimiteetin ja oman autonomisuuden hallinnasta korostui.

Kriittiset teknologiatulkinnat: teknologia tarkkailee ja orjuuttaa

A2: Et toii...se nyt pitää tietysti vaan aina muistaa se, että teknologia vaan palvelee meitä, ettei anna sille...semmost tiettyä [ylivaltaa]. Ja sitte on se ihan hyvä joskus mennä vaikka sähköt viikoks pois niin, että pärjää ilman sitä teknologiaakin.

Jokaisessa haastattelussa suhtauduttiin kriittisesti joihinkin teknologian piirteisiin. Teknologian kritiikki ei liittynyt vain hyvinvointiteknologioihin vaan kehitykseen yleensä sekä toisaalta turhaksi koettuihin laitteisiin ja eimieluisiin yksittäisiin ilmiöihin kuten keskustelun korvautumiseen verkossa tapahtuvalla kommunikaatiolla. Tässä aineistossa teknologian kritiikki näyttyi etenkin erityyppisen hallinnan menettämisen ja toiseksi turhuuden kehyksissä. Wellness-teknologian tilaus syntyy esimerkiksi ihmisen omasta saamattomuudesta:

H4: --- et joku sanoo sulle, joku että no, "nouse ylös nyt hyvä ihminen sieltä sohvalta", että kauheeta miten me ollaan laiskoja ettei,

mikä mustakin on tullu, et pitää niinku joku [laite] sanoo ennenku mä itte älyän sen, että mä istun nyt liikaa täällä sohvalla.

Hallinnan menettäminen teknologialle näkyi tulkinnoissa itsekontrollin hämmärtymisenä, mutta se kytkeytyi myös kokemukseen ulkoapäin tulevasta pakosta ja arvioinnista, jolloin kokemukseen liittyi tunne epäonnistumisen mahdollisuudesta ja etenkin tällöin teknologia mieltyi itsen ulkopuoliseksi tarkkailijaksi. Esimerkiksi ikääntyneestä tuli kokemuksissa eräänlainen kotinsa vanki, kun erilaiset hyvinvointiteknologiat asumisessa lisääntyvät.

Jonkinasteinen aitouden kaipuu näkyi kauttaaltaan suhtautumisessa digitaaliseen teknologiaan. Ajateltiin, että tunteet, tunnelmat ja aistihavainnot kuten tuulen humina, tuoksut tai upea maisema eivät välity verkkoympäristöjen välityksellä, eikä kasvokkaista neuvontaa tai palvelua saati vertaistukea korvaa virtuaalinen kanssakäyminen: *”Rekisteröiks se sit myös niinko mielihyvää silloin, ku sä näät jotakin kaunista jossain, ja sydän vähän sykähtää, että olipas siinä kaunis maisema ja lintu lauloi tuolla, niin näkyyks se sit siinä --- koska mä haluisin muistaa sen siitä retkestäni mielummin ku tosiaan sen, että montaks askelta nyt tuli”*.

Verkossa tapahtuvaa hyvinvointiin liittyvää sosiaalisuutta kuvailtiin esimerkiksi *esittämiseksi*, jolla viitattiin siihen, kuinka harrastajat raportoivat juoksumatkoistaan tai matkustelustaan. Keskustelussa vuorovaikutus kärjistyi viittaamaan huomiohakuisuuteen, narsistiseen itsensä ja elämänsä esittelemiseen nimenomaan siinä merkityksessä, että ihminen haluaa jollain tavalla päteä saavutuksillaan, kulutusmahdollisuuksillaan tai fyysisellä kunnollaan: *”Onks niissä sit vähän semmonen näyttämisen halu”*. Verkkovälitteinen sosiaalisuus tulkittiin lisäksi tylsäksi: se ei motivoi, koska käyttäjää ei kiinnosta toisten ihmisten elämän analysointi ja päivittäisten tapahtumien jakaminen.

Aitous kytkeytyi myös kokemukseen omasta kehollisuudesta, jonka alueelle hyvinvointiteknologia tulee. Tässä yhteydessä puheeseen mukaan tuli kokemus elämänkulun kautta syntyneestä itsetuntemuksesta ja sen kunnioittamisesta. Osa kielteisestä suhtautumisesta teknologiaan selittyy kokemuksella siitä, että yksilön monitahoista itsetuntemusta ja tietämystä ei kunnioiteta. Olennainen piirre koetun aitouden arvostamisesta liittyy teknologian markkinointiin. Iän myötä kriittisyys kasvaa.

Mainonta ei kohtaa keski-ikäistä

Julkisuuskuvansa puolesta wellness-teknologia rinnastui trendituotteiksi ja uusia tuotteita hankkivatkin kokemuksissa etenkin nuoremmat sukupolvet, jotka haksahavat helpommin uusien tavaroiden hankintaan. Tarve digitaalisen hyvinvointiteknologian käyttämiselle ja kuluttamiselle määriteltiin ajan henkeen kuuluvaksi, yhtäältä ohimeneväksi ja markkinamekanismin aikaansaamaksi, keinotekoiseksi tarpeeksi. Tuotteista puhuttiin esimerkiksi *’ihmetuotteina’* tai *’poppakonsteina’*, jolloin ne rinnastuivat laajasti muuhun kauneuteen ja hyvinvointiin tähtäävään tavaramaailmaan. Tarve teknologialle on sellaista, joka menee ohitse ja on laatuaan samaa kuin muutkin muodit kuten dieetit tai jumpat.

A8: Semmosiakin oon nähny [aktiivisuusrannekkeita], mutta eipä oo ollu enää, se oli vaan sellanen buumi tai joku tämmönen.

A2: Markkinamiesten juttuja kato. [muut myötäilevät], täytyy keksiä tämmönen, täytyy kaikki saada nykyään [käyttämään laitteita], en mä nää mitään [tarvetta].

Haastateltavat jakoivat omassa tuttavapiirissään kokemuksiaan tai tunteuksiaan varsin avoimesti: wellness-kuluttaminen mukaan lukien matkustelu sekä oma terveys ja hyvinvointi kerrottiin keskeisiksi puheenaiheiksi ja ne ovat asioita, joita useat tekevät ja harrastavat. Parhaimmat tuotteet löydetään kokemusten jakamisen kautta, koska kokemuksissa markkinoilla on paljon tuotteita ja laitteita, joiden ei koeta toimivan kunnolla tai niin kuten niitä markkinoidaan. Sellaisia tuotteita hankitaan paljon ja melko ennakkoluulottomasti, joita joku läheinen tai tuttava suosittelee ja on menestyksellä käyttänyt.

Kysyimme haastatteluissa ajatuksia hyvinvointiin ja teknologioihin liittyvää mainonnasta. Kollektiivinen kokemus oli poikkeuksetta sellainen, jossa liki minkäänlainen mainonta ei kohtaa ja kosketa yksilöä, eikä mainoksilla ei ole tekemistä todellisuuden kanssa. Tätä kuvailtiin esimerkiksi iältään sopimattomilla mainoskasvoilla, liian nuorilla tai vanhoilla, tai mainonnan yleisellä typeryydellä ja koomisuudella, jolloin mainontaa ei voi ottaa eikä sitä haluta ottaa vakavasti; syntyy tunne, jossa itseä ei oteta vakavasti potentiaalisenä kuluttajana. Usea mainitsi erityisesti "ulkoistavansa" itsensä mainonnasta, ei katso mainoksia, koska ne ovat kauttaaltaan koomisia, ärsyttäviä ja miehille suunnattuja. Miehiset mainokset ovat sellaisia, joista kuvastuu fyysisyyden ja pystyvyyden korostaminen, suuret tulostavoitteet ja yleinen kilpailullisuus yhdistettynä nuoruutta, erityisesti naisten nuoruutta, ihannoivaan kontekstiin, kuten fitness-harrastukseen.

Keski-ikäisen itsetuntemus

Koko aineistoa läpäisevä teema on kokemus oman elämän asiantuntijuudesta. Tällä tarkoitamme taipumusta arvottaa ja arvioida teknologioiden kautta saatavaa tietoa ja teknologioihin liittyvää kulutusta suhteessa kokemukseen omasta itsestä. Oma keho ja omat tuntemukset määriteltiin laitteita paremmiksi ja luotettavimmiksi tietolähteiksi. Aineistossa on useita varsin aktiivisten liikkujien kertomuksia siitä, kuinka elämänsä varrella kumuloitunut tieto ja kyky tulkita esimerkiksi kehon tuntemuksia ohittaa merkityksessään teknisillä laitteilla saadun tiedon; oma keho tietää ja ihminen itse tietää. Näissä keskusteluissa puhutaan iän tuomasta itsetuntemuksesta ja tuntemukseen kytkeytyvästä itsearvostuksesta; laitteita ei tarvita, koska niiden toimintalogiikka eroaa omista toimintatavoista. Erilaisten teknologioiden tapa mitata ruumiin toimintoja arvottui kokijoille pinnallisena ja yksipuolisena informaationa.

G1: Ja miks pitää niiku suorittaa koko aika, en tajuu sitä.

Tähän kokemukseen liittyy tietoinen irtisanoutuminen teknologiasta, joka mittaa jollain tavoin ruumiin olemusta tai liikkumista. Mittaaminen ja laitteen tapa olla lähellä käyttäjää yhdistyy tarkkailuun, jossa käyttäjä joutuu

olemaan koko ajan varuillaan ja varpaillaan. Laitteet tarkkailevat ihmisen puolesta, jolloin teknologia korvaa hyvinvoinnin tavoittelussa tärkeän itsekontrollin syntymisen ja itsereflektion: *"et jotenki se pitää löytää itestä se halu ja tahto."*

H2: Mitä te aattelette siitä että sitä hyvinvointia tai niinku kehoa mitataan tämmösillä laitteilla? Ni herättääkö se jotain ajatuksia tää mittaaminen?

D2: Kyllä, mulla herättää aika paljon semmosta negatiivista, mä en tiiä sitte mistä se johtuu.

D5: Mulla kans, mä en...mutta tuota mä aattelen, että niitä voi keilla, mutta mä en ite niinku halua niitä.

D2: Joo se on ihan ok.

D5: Koska mä aattelen että oma keho on...sä tunnet sen.

D2: Ja se että kokoajan niinkun et sua...semmonen niinkun tarkkailaan ja ollaan niinku kokoajan pitää olla syke pitää olla sitä ja tätä ja tuota, ja oletko liikkunut nyt riittävästi koska sitähan saa sit, mikä se on se appi [sovellus] (---).

Mielenkiintoinen piirre tuotteiden ja sovellusten käytössä oli niiden soveltaminen omiin tarkoituksiin, eli uusien käyttötarkoitusten keksiminen johonkin tarkoitukseen suunnatulle teknologialle. Tällaisia olivat esimerkiksi liikuntasuoritusten mittaamiseen tarkoitetun laitteen käyttäminen suunnistamiseen ja hyvien sienestyspaikkojen merkkäämiseen.

G1: Sit jos se jotenki auttaa löytämään tietyt sienilajit niin sit se vois olla [käyttökelpoinen].

Mittaamisen ambivalenssi

Laitteiden tavasta erilaisten asioiden numeeriseen esittämiseen puhuttiin haastatteluissa paljon. Joitakuuta mittaaminen kiinnostaa ja motivoi paljon; he arvostavat laitteen antamaa numeerista tietoa tai lukemaa sinänsä, seuraavat laitteen antamia tietoja ja keskustelevat niistä. Joillekin mittaaminen on ainoa relevantiksi koettu menetelmä saada objektiiviseksi koettua tietoa. Mittaaminen mahdollistaa vertautumisen muihin ihmisiin ja joukkoihin, samalla kunto- ja taitotasolla oleviin tai omaan ikäryhmään ja laajemmin kansakuntaan. Jotkut arvostivat paljon tällaista kunnon ja kehon tutkimista, ja laitteet olivat motivoineet heitä huomattavan paljon tavoitteisiin pääsemisessä: *"Kyl mä käytin sitä ja kymmenen kiloo laihduin, niinko tämmösiin uskon"*.

Laitteisiin liitettiin myös riippuvuuden merkitys. Usea kertoi haastattelussa puolisostaan tai tuttavastaan, joka on jäänyt laitteen antamien lukemien valtaan. Kertomukset laitteen orjuuttamista ihmisistä ovat karikatyyrisiä, ne herättivät kuuntelijoissa huvittuneisuutta. Niissä teknologia määrittelee käyttäjän ajankäyttöä ja päivärytmiä. Laite kertoo käyttäjälleen, milloin hänen pitää tehdä jotakin. Koomisuus syntyy siitä, että käyttäjän itseohjautuvuus karisee, vaikka hän itse ehkä ajattelee hallitsevansa omaa hyvinvointi-

aan paremmin. Eräessä esimerkissä kerrottiin puolison juoksevan iltaisin paikallaan, jotta saisi päivän mitattavat tavoitteet kasaan. Tekeminen on paremminkin suorittamista, se näyttäytyy muille yksittäisten suoritusten tekemiseltä, jolloin käyttäjä rikkoo rutinoitunutta toimintaa laitteen kehoitusten mukaan, ja tämä toiminta saattaa olla irrallaan arkielämän yleisistä tapaisuuksista: *”Tää [aktiivisuusranneke] kohta sanoo, että mun pitää nousta ylös tästä”*.

Tämänkaltainen suhtautuminen saa laitteen vaikuttamaan melkein tahtovalta, elävältä olenolta. Laitetta tulee huomioida tasaisesti, jotta se olisi ikään kuin tyytyväinen. Muutama haastateltava vertasi laitteita *Tamagotchiin*, takavuosien virtuaaliseen lemmikkieläimeen, joka kuoli, jos sitä ei hoidettu. Laitteeseen yhdistyy laajasti viihteellisyys, pelillisuus ja leikillisuus. Tulosten seuraaminen ja lukemien pohtiminen kiinnostavat ja koukuttavat ja hyvät lukemat tai edistyminen nostavat itsearvostusta ja kokemusta etenemisestä.

Teknologian käyttäminen on keino tuottaa tieto objektiiviselle tasolle. Joillekin kokijoille tunne tiedon koetusta todenperäisyydestä on tärkeä. Ylipäänsä mittautustuloksia ja tulosten kautta tapahtuvaa vertautumista arvostavat kokevat hyötyjä tällaisesta teknologiasta. *”Jos se [laitteet, testit] löytää sieltä jotain, jotain tota korjattavaa, ni se on, se on kato helpompi korjata nyt, nyt ku vast sit 26 vuoden päästä.”* Mittaaminen liitettiin kehon ominaisuuksien haltuun ottamiseen siinäkin merkityksessä, että valta tulosten tulkintaan on käyttäjällä itsellään. Toisaalta mittaustulokset ovat tulkinnanvaraisia; käyttäjä voi käyttää laitteen antamaa tietoa siten kuten haluaa ja tulkita sitä omien tarkoituseriensä mukaisesti.

D1: Aina niitä voi petkuttaa niitä laitteita.

D4: Nii, elikkä ne antaa sit virheellistä tietoo. Ja samoin tytärten kaa oltiin lenkillä, ne oli ihan kauhuissaan, et mä sanoin, et nyt sun pitää miettii, et miten paljon virhelähteitä siel [sykemittari] on ---.

Parhaimmillaan mittaamisteknologia yhdistyy kokemukseen omasta asiantuntijuudesta. Objektiviseksi koettu tieto, jota yksilö voi soveltaa tuottaa kokemuksia yhdenvertaisuudesta ja asiantuntijuudesta suhteessa esimerkiksi lääketieteelliseen asiantuntijuuteen. Mittalaitteita kritisoitiin niiden yksipuolisen toiminta-idean lisäksi siitä, että ne eivät ole tarkkoja ja ne ovat huijattavissa. Lisäksi laitteiden antamat lukemat voidaan tulkita miten halutaan. Laitteiden lukemat ovat tietoa kokijalle itselleen, ei ulkopuoliselle auktoriteettitalolle, lääkärille tai esimiehelle taikka omille viiteryhmillä. Tästä tulkittamisen ristiriitaisuudesta keskusteltiin useassa yhteydessä ja piirre määriteltiin epävarmuustekijäksi, joka heikensi luottamusta laitteisiin.

JOHTOPÄÄTÖKSET

Suhde hyvinvointiteknoologiaan rakentuu jännitteiselle suhteelle, jossa pohditaan yhtäältä yksilöllisyyttä, omaehtoisuutta, teknologioiden arvoa ja toisaalta toiminnan ja tekemisen rakentumista ja viime kädessä arvottumista teknologioiden ehdoilla. Analyysistä kuvastuu wellness-teknoologian merkitys itsehoidollisena ja elämäntyyliin liittyvänä teknologiana ja toisaalta itsetark-

kailu- tai valvontateknologiana. Yksittäisen henkilön wellness-tekniologialle käytön aikana antamat merkitykset eivät välttämättä vastaa sitä tarkoitusta ja merkitystä, joka laitteelle tai sovellukselle on sen suunnitteluvaiheessa annettu (vrt. Kutz ym. 2013). Mielenkiintoinen piirre tekniologiankäytössä oli tekniologian soveltaminen käyttäjän omiin tarkoituksiin. Osa haastateltavista kaipasi tekniologialta juuri monikäyttöisyyttä.

Kertomuksissa mittaaminen yhdistyy nyky-yhteiskunnan tapaan mitata pystyvyyttä ja tehokkuutta numeerisesti. Tämänkaltainen ajattelu ei istu itsensä selvästi ihmisten itseymmärrykseen kehon ja mielen koetusta hyvinvoinnista vaan saa aikaan kriittistä asennoitumista tekniologiaa ja toiminnallisen potentiaalın maksimointiin tai optimointiin tähtäävää wellness-ajattelua kohtaan (vrt. Mueller & Kaufman 2001). Pääsääntöisesti tekniologian runsaan käyttämisen ajateltiin ilmentävän suorituskeskeistä ajattelutapaa, joka kehollisuuden yhteydessä tarkoittaa erilaista huippuunsa viritettyä kapasiteettia ja ulkoista kehon kontrollia (vrt. Sassatelli 2010). Laajemmin kyse on suorituskeskeisyyden mieltämisestä yksilön toiminnan taustalla vaikuttavaksi mentaliteetiksi.

Kokemus laitteiden tavasta vaatia tekemistä kielii ehkä suhteesta, jossa koetut yhteiskunnan vaatimukset yksilön vastuusta oman terveyden ja hyvinvointinsa suhteen konkretisoituvat tekniologiaan. Toisaalta oma vastuu nähtiin myös positiivisessa mielessä mahdollisuutena vaikuttaa itse kehon ominaisuuksiin tai fyysisen pystyvyyden määrittelyyn. Tämä näkyi muun muassa laitteiden omaehtoisessa, luovassa ja jopa pelillisessä käytössä. Viihteellinen käyttö puoltaa ajatusta siitä, etteivät varttuneet kuluttajat ole lähtökohtaisesti kriittisiä tekniologian ja uusien digitaalisten innovaatioiden suhteen, mutta saattavat olla nuorempia kuluttajia tarkempia sen suhteen, miten ja mihin tarkoitukseen he tekniologioita käyttävät (ks. myös Niemelä-Nyrhinen 2007; Kania-Lundholm & Torress 2015).

Omaehtoisuuden vastapoolina nähtiin tekniologia toiminnan määrittäjänä, jolloin käyttäjä näyttäytyi passiivisena laitteen ohjattavissa olevana toimijana. Tulkitsemme tässä kontekstissa kokemuksellista kontrollin piirrettä liittämällä sen ajatukseen elämäkulullisten riskien (Beck & Beck-Gernsheim 2004) haltuun ottamisesta. Vanhenemista voi ajatella tällaisena riskinä, joka tarkoittaa elämäkulun horisontin epävarmuuksien lisääntymistä. Erityisesti ikääntymisen yhteydessä tunne tekniologian hallinnasta on tärkeä, koska ikääntyminen, erityisesti vanhuus, näyttäytyy kokemuksissa ainakin osittaisena hallinnan menettämisenä tai sen uhkana. Ikääntymisen kontekstissa wellness-tekniologioiden käytössä näkyivät niille annetut kaksijakoiset merkitykset toisaalta jännittävinä ja hauskoina kulutustuotteina ja toisaalta ikääntymisen hallinnan ja haltuunoton apuvälineinä (Lupton 2013; 2014; Mitzner 2013). Tekniologiapuhetta raamitti julkisten palvelujen käytännön toimintatapojen muutos; yhteiskunnassa ollaan siirtymässä enenevässä määrin digitaalisen tekniologian käyttöön.

Hyvinvointituotteiden suunnittelemisessa ja markkinoinnissa tulisi ottaa huomioon tuotteiden helppokäyttöisyys. Toiseksi laitteiden tulisi olla sellaisia, joihin kuluttaja voi kokea luottamusta. Tämä on tärkeää siksi, että mitaamisen keskeinen motivaatiotekijä on objektiiviseksi koetun tiedon saaminen. Tekniologian soveltajat odottavat tekniologialta monikäyttöisyyttä.

Esimerkiksi pelkkä kehon observointi ei riitä vaan hankittavalta laitteelta halutaan erilaisia ominaisuuksia, viihdyttävyyttä ja soveltuvuutta arjen as-kareisiin ja harrastustoimintaan. Samankaltaisen huomion ovat tehneet myös mm. Montague & Perchonok (2012) tarkastellessaan hyvinvointitek-nologian hyötyjä: teknologian tulisi olla räätälöitynä enemmän yksilöllisiin tarkoituksiin ja tilanteisiin.

Osalle ihmisistä kehon altistaminen mittaamiselle ja observoinnille on vas-tenmielistä, se koetaan kehollisuuden arvoa alentavana ja mittaaminen lii-tetään jonkinlaiseen luonteen heikkouteen, koska teknologian ajatellaan korvaavan tärkeää itsereflektioita. Kokemus itsetuntemuksesta ja kehol-lisuudesta pitäisi huomioida tuotekehittelyssä ja etenkin tuotteiden markki-noinnissa paremmin. Keski-ikäinen tuntee oman kehonsa, arvostaa itseään, elämänvaihettaan ja luottaa omiin tuntemuksiinsa.

LÄHTEET

- Ahonen, Kati & Vaittinen, Risto (2015) Eläkeikäisten kulutus Suomessa 1985–2012. Eläketurvakeskuksen raportteja 06/2015.
- Beck, Ulrich & Beck-Gernsheim Elizabeth (2002) `Individualization. Institutionalized Individualism and Its Social and Political Consequences´, London: Sage.
- Bodeker, Gerard & Cohen, Mark (2010) Understanding the Global Spa In-dustry. New York: Routledge.
- Bosco Fernando J. & Herman Thomas (2010) `Focus Groups as Collabora-tive Research Performances´, Teoksessa DeLyser D., & Herbert S., Aitken S., & Crang M., & McDowell L. (toim.) The SAGE Handbook of Qualitative Geography. London: Sage. Luettu 12.5.2016. Doi: 10.4135/9780857021090.n13.
- Chen, Kaung-Wha, Liu, Hsiou-Hsiang & Chang, Feng-Hsiang (2013) Essen-tial customer service factors and the segmentation of older visitors within wellness tourism based on hot springs hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 35: 122-132.
- Crawford, Robert (2006) Health as a meaningful social practice. *Health*, 10 (4): 401-420.
- Diener, Ed (2006) Guidelines for national indicators of subjective well-being and ill-being. *Applied Research in Quality of Life*, 1 (2): 151-157.
- Fries, Christopher J. (2014) Older adults' use of complementary and alter-native medical therapies to resist biomedicalization of aging. *Journal of aging studies*, 28: 1-10.
- Gerling, Kathrin M., Schild, Jonas & Masuch, Maic (2011) `Exergaming for elderly: analyzing player experience and performance´, *Mensch & Computer*. Saatavissa: <<http://hci.usask.ca/uploads/251-Exergaming-for-Elderly-Player-Experience-and-Performance.pdf>> Luettu 12.5.2016.
- Gilmore, James N. (2015) `Everywear: The quantified self and wearable fit-ness technologies´. *New Media & Society*, Doi: 1461444815588768.
- Grénman, Miia & Räikkönen, Juulia & Wilska, Terhi-Anna (2014) `Wellness–Elämyksellinen hyvinvointikulutus haasteena kaupalle ja palveluliike-toiminnalle´, *Kulutustutkimus.Nyt*, 8: 45-59.

- Heikkilä, Riie (2008) `Puhuva ryhmä: esimerkkitapaus ryhmähaastattelun käytöstä sosiaaliteieteellisessä tutkimusasetelmassa´, *Sosiologia*, 45(4): 292–305.
- Janasik-Honkela, Nina & Ruckenstein, Minna (2016) `My Data: Teknologian orjuudesta digitaaliseen vastarintaan. Tieteessä tapahtuu, (2): 11–19.
- Joyce, Kelly & Loe, Meika 2010. A sociological approach to ageing, technology and health. *Sociology of health & illness*, 32 (2): 171-180.
- Kania-Lundholm, Magdalena & Torres, Sandra (2015) `The divide within: Older active ICT users position themselves against different 'Others'´, *Journal of Aging Studies*, 35: 26-36.
- Katz, Stephen & Laliberte-Rudman, Debbie (2005) `Exemplars of Retirement: Identity and Agency Between Lifestyle and Social Movement´. Teoksessa Katz, S. (toim.) *Cultural Aging. Life Course, Lifestyle and Senior Worlds*. Peterborough: Broadview press, 140-160.
- Koch, Sabine (2010) `Healthy ageing supported by technology—a cross-disciplinary research challenge´, *Informatics for Health and Social Care*, 35 (3-4): 81-91.
- Kutz, Daniel, Shankar, Kalpana & Connelly, Kay (2013) `Making sense of mobile-and web-based wellness information technology: cross-generational study´, *Journal of Medical Internet Research*, 15 (5): e83.
- Laukkanen, Tommi, Sinkkonen, Suvi, Kivijärvi, Marke & Laukkanen, Pekka (2007) `Innovation resistance among mature consumers´, *Journal of Consumer Marketing*, 24 (7): 419-427.
- Lupton, Deborah (2013) `The digitally engaged patient: Self-monitoring and self-care in the digital health era´. *Social Theory & Health*, 11(3): 256-270.
- Lupton, Deborah (2014) *Self-tracking cultures: towards a sociology of personal informatics*. Proceedings of the 26th Australian Computer-Human Interaction Conference on Designing Futures: the Future of Design. New York: ACM, 77-86.
- Millington, Brad (2015) `Exergaming in retirement centres and the integration of media and physical literacies´, *Journal of Aging Studies*, 35: 160-168.
- Mitzner, Tracy L., Boron, Julie B. Fausset, Cara B., Adams, Anne E., Charness, Neil, Czaja, Sara J., Dijkstra, Katinka, Fisk, Arthur D., Rogers, Wendy A. & Sharit, Joseph (2010) `Older adults talk technology: Technology usage and attitudes´, *Computers in Human Behavior*, 26 (6): 1710-1721.
- Mitzner, Tracy L., McBride, Sara E., Barg-Walkow, Laura H. & Rogers, Wendy A. (2013) `Self-management of wellness and illness in an aging population´, *Reviews of Human Factors and Ergonomics*, 8 (1): 277-333.
- Montague, Enid & Perchonok, Jennifer (2012) `Health and wellness technology use by historically underserved health consumers: systematic review´, *Journal of Medical Internet Research*, 14 (3). Doi: 10.2196/jmir.2095.
- Mueller, Hansruedi & Kaufmann, Eveline L. (2001) `Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry´, *Journal of Vacation Marketing*, 7 (1): 5-17.
- Myers, Jane E., Sweeney, Thomas J. & Witmer, J. Melvin. (2000) *The wheel of wellness counseling for wellness: A holistic model for treatment planning*. *Journal of Counseling and Development: JCD*, 78(3): 251.

- Niemelä-Nyrhinen, Jenni (2007) 'Baby boom consumers and technology: shooting down stereotypes', *Journal of Consumer Marketing*, 24 (5): 305-312.
- Ojala, Hanna, Calasanti, Toni, King, Neal & Pietilä, Ilkka (2016) Natural (ly) men: masculinity and gendered anti-aging practices in Finland and the USA. *Aging and Society*, 36 (02): 356-375.
- Oktay, Julianne (2012) 'Grounded Theory'. Oxford: Oxford University Press.
- Pantzar, Mika & Ruckenstein, Minna (2015) The heart of everyday analytics: emotional, material and practical extensions in self-tracking market. *Consumption Markets & Culture*, 18 (1): 92–109.
- Parviainen, Jaana (2006) 'Meduusan liike. Mobiiliajan tiedonmuodostuksen filosofiaa', Helsinki: Gaudeamus.
- Parviainen, Jaana (2016) Quantified bodies in the checking loop: Analyzing the choreographies of biomonitoring and generating big data. SPECIAL ISSUE HUMAN–TECHNOLOGY CHOREOGRAPHIES: BODY, MOVEMENT, AND SPACE, *Human Technology*, 56-73. doi: 10.17011/ht/urn.201605192620.
- Pilzer, Paul Z. (2002) 'The wellness revolution'. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Preusse, Kimberly C., Mitzner, Tracy L., Fausset, Cara B. & Rogers, Wedy A. (2014) 'Activity Monitoring Technologies and Older Adult Users Heuristic Analysis and Usability Assessment', 3 (1): 23-27.
- Puohiniemi, Martti (2002) 'Arvot, asenteet ja ajankuva. Opaskirja suomalaisen arkielämän tulkintaan', Limor kustannus.
- Sassatelli, Roberta (2010) 'Fitness culture : gyms and the commercialisation of discipline and fun', Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Smith Maguire, Jennifer (2008) 'Fit for consumption: sociology and the business of fitness', Abingdon: Routledge.
- Steiner, Carol J. & Reisinger, Yvette (2006) 'Ringing the Fourfold: A Philosophical Framework For Thinking About Wellness Tourism'. *Tourism Recreation Research*, 31 (1): 5-14.
- Taylor, Charles (1989): *Sources of the Self - The Making of the Modern Identity*. Harvard: Harvard University Press.
- Thompson, Nicholas J. & Thompson Keith E. (2009) Can marketing practice keep up with Europe's ageing population? *European Journal of Marketing*. 43. (11/12): 1281 - 1288.
- Verhoeff, Nanna (2012) *Mobile Screens: The Visual Regime of Navigation*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Wilska, Terhi-Anna & Nyrhinen Jussi (2013) 'Kuluttajat ja tulevaisuuden erikoiskauppa', Erica 2020-hankkeen loppuraportti. Julkaisu- ja Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu n:o 196. Jyväskylä.

KIRJOITTAJATIEDOT

YTT Minna Ylilahti työskentelee sosiologian yliopistonopettajana Jyväskylän yliopiston yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitoksella. minna.ylilahti(at)jyu.fi

YTM Veera Koskinen työskentelee tohtorikoulutettavana Jyväskylän yliopistossa. Hän tekee sosiologian alan väitöskirjaa suomalaisten wellness-kulutuksesta. veera.koskinen(at)jyu.fi