



TURUN
YLIOPISTO
UNIVERSITY
OF TURKU



KIMBLE-LAUTAPELIN KESTÄVÄ TUOTESUHDE

Kulttuurituotteiden uustuotantoprosessit

Lilli Sihvonen



**TURUN
YLIOPISTO**
UNIVERSITY
OF TURKU

KIMBLE-LAUTAPELIN KESTÄVÄ TUOTESUHDE

Kulttuurituotteiden uustuotantoprosessit

Lilli Sihvonen

Turun yliopisto

Humanistinen tiedekunta
Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos
Digitaalinen kulttuuri
Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen tohtoriohjelma (Juno)

Työn ohjaajat

Professori Jaakko Suominen
Turun yliopisto

Professori Anna Sivula
Turun yliopisto

Tarkastajat

Professori Visa Heinonen
Helsingin yliopisto

YTT, yliopistonlehtori Veera Kinnunen
Lapin yliopisto

Vastaväittäjä

YTT, yliopistonlehtori Veera Kinnunen
Lapin yliopisto

Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck-järjestelmällä.

Kansikuva: Elina Vaahensalo

ISBN 978-951-29-8862-4 (PRINT)
ISBN 978-951-29-8863-1 (PDF)
ISSN 0082-6987 (Print)
ISSN 2343-3191 (Online)
Painosalama, Turku, Suomi 2022

TURUN YLIOPISTO

Humanistinen tiedekunta

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos

Kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen tutkinto-ohjelma

Digitaalinen kulttuuri

LILLI SIHVONEN: Kimble-lautapelin kestävä tuotesuhde – Kulttuurituotteiden uustuotantoprosessit

Väitöskirja, 105 s. + 10 liitesivua

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen tohtoriohjelma (Juno)

Toukokuu 2022

TIIVISTELMÄ

Monimutkaisiin esine- ja tuotesuhteisiimme kuuluu esineiden jatkuva hankinta ja poisheittäminen. Joihinkin esineisiin ja tuotteisiin kyllästymme nopeasti, toisiin taas syntyy syvempi suhde. Oman kiehtovuutensa näihin suhteisiin tuo uustuotanto, jossa jokin vanha, tuotannosta aikoinaan poistettu tuote palautetaan takaisin tuotantoon. Uustuotannossa tuotteen valmistustavat ja -materiaalit sekä visuaalinen ilme saattavat muuttua teknologian ja muodin kehityksen yhteydessä, mutta alkuperäinen tuote säilyy tunnistettavana. Uustuotannosta tulee prosessi, kun toiminta muuttuu systemaattiseksi, jolloin tuote vuoroin poistuu, vuoroin palaa takaisin tuotantoon ja markkinoille.

Uustuotantoprosessi muodostuu suunnitellun vanhentamisen ja henkiinherättämisen eli revivifikaation välisestä vuorovaikutuksesta ja vuorottelusta tuotteen elinkaareissa. Suunnitellun vanhentamisen tarkoitus on rajoittaa tuotteen käyttöä ja toimivuutta, ja prosessissa sen tehtävänä on poistaa tuote markkinoilta. Henkiinherättäminen puolestaan perustuu nostalgiapohjaiseen menneiden tuotteiden elvyttämiseen ja palauttamiseen markkinoille. Aiempi tutkimus on korostanut nostalgian roolia tuotteiden kierrättämisessä ja elvyttämisessä. Tämän tutkimuksen tarkoitus on osoittaa, ettei selitys nostalgiasta riitä vaan ilmiö on paljon laajempi ja moniulotteisempi.

Tutkimus lähestyy aihetta tapaustutkimuksen kautta. Tutkimuksen esimerkkituotteena on vuonna 1967 ilmestynyt suomalainen Kimble-lautapeli, jonka perusversion uudistukset, lisenssiversiot, materiaallinen muuntauvaisuus sekä toisaalta muuttumattomuus, historiallinen tausta, kestävyys ja mediahuomio puoltavat pelin valitsemista tutkimuskohteeksi. Peli vastustaa suunnitellun vanhentamisen tavanomaisimpia käytänteitä, ja tuo siten päivänvaloon erityyppisiä uustuotantoprosesseja. Tämän väitöskirjan päättökysymys on: **Millainen on kulttuurituotteiden uustuotantoprosessi Kimble-lautapelin esimerkin valossa?** Pääkysymystä täydentävät kolme alakysymystä: 1) mitä osa-alueita prosessiin kuuluu, 2) millaisia prosessin rakenne ja vaiheet ovat ja 3) millaisen teoreettisen mallin voi esimerkkituotteen perusteella muodostaa?

Tutkimuksen aineisto muodostuu Kimblen valmistajayhtiö Tactic Games Oy:n työntekijöiden haastatteluista, Kimble-verkkokyselyn vastauksista, opiskelijakulttuurin dokumentoinnista ja opiskelijahaastattelusta, dokumentoiduista Kimble-

versioista sekä esineen lähiluvusta. Tutkimuksen teorettinen viitekehys rakentuu pelitutkimuksen, kulutuksen tutkimuksen sekä materiaalisen kulttuurin ympärille.

Väitöskirja muodostuu tästä yhteenvedo-osiosta sekä neljästä vertaisarvioidusta artikkelista, jotka käsittelevät uustuotantoprosessin keskeisimpiä osa-alueita Kimblen näkökulmasta: historiaa, pysyviä ominaisuuksia ja muutoksia sekä elämäkertoja ja käyttökulttuuria. Tämän lisäksi Kimble peilautuu vasten uustuotantoprosessin alustavaa käsitteistöä muodostaen prosessin rakenteen, vaiheet ja reunaehdot; mitä vähintään tarvitaan prosessin muodostumiseen.

Uustuotantoprosessi näyttäytyy erityisenä ja kestäväenä tuotesuhteena, joka ei perustu pelkkään nostalgiaan ja jossa ei tarvita suunniteltua vanhentamista ja tuotteen poistamista markkinoilta. Uustuotantoprosessi on useiden tekijöiden vuorovaikutussuhde, jossa sama tuote valitaan aina uudelleen. Eri tuotteiden prosesseissa on vaihtelevuutta, mutta logiikka on sama, jolloin prosessi on mallinnettavissa. Lopputuloksena on uustuotantoprosessin malli, jota voi hyödyntää sekä tuotekehityksessä että tieteellisessä tutkimuksessa.

ASIASANAT: uustuotantoprosessi, suunniteltu vanhentaminen, suunniteltu henkiinherättäminen, esinesuhde, tuotesuhde, kulttuurituote

UNIVERSITY OF TURKU

Faculty of Humanities

School of History, Culture and Art Studies

Degree Programme in Cultural Production and Landscape Studies

Digital Culture

LILLI SIHVONEN: The Enduring Product Relationship of the Board Game

Kimble – The Cultural Neo-production Processes of Products

Doctoral Dissertation, 101 pp. + 10 appendix pages

Doctoral Programme in History, Culture and Art Studies (Juno)

May 2022

ABSTRACT

Our complex relationship to objects and products consists of constant purchases and disposals, yet with some products and objects we form a deeper relationship. In neo-production an old, often forgotten product is revived and brought back to the markets. Quite often, the visual style, production techniques and materials of the product go through some minor changes due to fashion and technological development, but the original product remains recognizable. The cultural neo-production process describes a repetitive and systematic neo-production method; the product intermittently returns and disappears from the markets.

The cultural neo-production process is formed by the controlled relationship between planned obsolescence and planned revivification. Planned obsolescence prematurely turns the product undesirable and useless, and directs the product out of the market to a resting phase. Planned revivification refers to often nostalgic resurrection of the product, bringing the product back to the market. Previous research has emphasized the role of nostalgia in the resurrection of products, but this study aims to give a more thorough and broader explanation to the cultural neo-production process than nostalgia.

This study uses the Finnish board game Kimble as a case product. Kimble was first introduced to the public market in 1967. Several factors speak for choosing Kimble as a focus: First, Kimble's original version has been updated a number of times, and after the appearance of several theme versions, it proves itself to be both materially flexible and remarkably unchangeable. It is also physically durable, resisting the usual forms of planned obsolescence. Secondly, it has an interesting historical background, and it receives media attention from time to time. These factors point to different forms of cultural neo-production processes. This study asks, **what kind of a cultural neo-production process can be formed based on Kimble?** Three sub research questions are also pointed: 1) what kinds of components take part in the process, 2) how is the process formed and what kind of phases does it have, and 3) what kind of a theoretical model can be produced based on the case product?

The research material consists of interviews of experts working for the manufacturer Tactic Games Oy, user responses to an online inquiry, documentation of student culture and student interview, documentation of Kimble versions and close

reading of the product. The theoretical context of this study is based on game studies, consumption culture and material culture studies.

This doctoral thesis comprises this summary and four peer-reviewed articles that focus on different components revealed by Kimble, essential to the cultural neo-production process: history, permanent features and changes, biographies and user culture. In addition, this study aims to make a light comparison between Kimble and the preliminary concepts of the process. It then forms the structure, phases and preconditions for the process; what are the minimum requirements for the process to take place.

The cultural neo-production process sheds light on the enduring and special product-object relationship, which is not solely based on nostalgia. Planned obsolescence is not necessary either, and there is no need to withdraw the product from the market. In the cultural neo-production process, the same product is chosen over and over again, and this is formed by the interaction between several factors and components. Each product has a unique process, yet the logic is the same, and thus a theoretical model can be produced from the process. As a result, this study presents a two-path model for the cultural neo-production process, which can be used for both scientific research and as guideline for product design.

KEYWORDS: cultural neo-production process, planned obsolescence, planned revivification, object relationship, product relationship, culture product.

Kiitokset

On kerrassaan uskomatonta, että kirjoitan tätä kiitos-osiota. Aloitin väitöskirjatyöskentelyn elokuussa 2015, ja siinä vierähti miltei seitsemän vuotta, ennen kuin tämä päivä koitti. Se on tuntunut niin kaukaiselta, että jossain vaiheessa ajattelin, ettei sitä ehkä koskaan tulekaan. Työskentely ei tosin ole ollut jokapäiväistä, kun olen pyörähdellyt projektista toiseen, ja mukaan mahtuu muutenkin kaikenlaista elämää ja suunnan hakemista, epäonnistumisia, onnistumisiakin. Tämä projekti ei ole edennyt tasaisesti suoraan eteenpäin, täsmällisesti ja virheettömästi, vaan olen ilmeisesti kiertänyt kaikki mahdolliset mutkat ja notkelmat, jotka vaan voi kiertää. Noissa kohdissa minua ovat auttaneet niin monet.

Ensinnäkin kiitos ohjaajilleni professori Jaakko Suomiselle ja professori Anna Sivulalle, kun olette aina jaksaneet kääntää tämän takamus edellä puuhun kiipeävän tohtorikoulutettavan oikeinpäin. Nyt se ehkä istuu siellä latvassa, pää pilviin päin niin kuin kuuluu. Toiseksi haluan kiittää esitarkastajiani professori Visa Heinosta ja yliopistonlehtori Veera Kinnusta arvokkaista ja eteenpäinvievistä lausunnoista, joiden myötä tästä väitöskirjasta tuli aika paljonkin parempi. Veera Kinnunen on lupautunut vastaväittäjäkseni, ja odotan innolla tulevaa väitöstä ja keskusteluumme.

Väitöskirjan tekeminen ei luonnollisesti olisi onnistunut ilman rahoitusta, joten kiitän seuraavia tahoja siitä, että tämä työ on todettu rahoittamisen arvoiseksi: kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen tutkinto-ohjelma, Satakunnan korkeakoulusäätiö, Suomen Kulttuurirahaston Satakunnan rahasto, Turun Yliopistosäätiö sekä tohtoriohjelma Juno. Ylipäänsä haluan kiittää myös tohtoriohjelma Junon väkeä kaikista neuvoista väitöskirjamatvani aikana.

Tämän projektin aikana olen saanut tutustua kolmeen aivan mahtavaan ja superlahjakkaaseen kollegaani: Riikka Turtiainen, Usva Friman ja Elina Vaahensalo – ilman teidän apua ja tukea en olisi tässä. Olette lukeneet tekstejäni, sparranneet, auttaneet hiomaan sanomisiiani niin monesti, opettaneet kaikessa, että ihan hävettää, olenko antanut yhtä paljon apua takaisin. Sydämellinen kiitos teille. Ja Elina on suunnitellut väitöskirjani kansikuvan, extra-kiitos siitä – se on todella upea!

Kiitos myös digitaalisen kulttuurin oppiaineen koko poppoolle tähänastisesta tiimityöstä ja Solo-semmoista sekä erityisesti Petri Saarikoskelle viimeisen väitös-

kirja-artikkelini pelastamisesta. Kiitos myös kaikki kokeneemmat kollegat, jatko-opiskelijatoverit ja hanketyökaverit, jotka olette jakaneet tätä kaikkea, neuvoneet ja puhuneet välillä jostain ihan muustakin. Kiitos Kati Heljakalle, että alun alkaen tuit väitöskirja-aihattani sekä lämmin kiitos myös Tactic Gamesin väelle ovien raottamisesta Kimblen maailmaan. Kiitos kuuluu lisäksi kaikille kyselyvastaajilleni ja Aalto yliopiston Automaatio- ja systeemitekniikan killan opiskelijoille, jotka tutustutitte minut upeaan Kimble-kulttuuriinne.

En olisi selvinnyt tästä myöskään ilman kotijoukkojeni tukea ja sitkeää uskoa siihen, että pystyn tähän lopulta. Kiitos siis rakkaalle perheelleni, etenkin isälle ja Paulalle järjen äänistä ja lempeästä suhtautumisesta tähän stressipalloon. Molemmat pikkuveljeni ovat kumpikin muistaneet kyseenalaistaa työni järkevyyden tenttaamalla, mikä minusta sitten tulee ja tienaako sillä riittävästi. Kiitos, en todellakaan tiedä. Kiitos myös muut perheenjäseneni, sukulaiset ja kaverit rohkaisusta ja tsempeistä sekä ennen kaikkea ajatusten harhauttamisesta – se on tullut tarpeeseen.

Ennen matkaa ja sen aikana on ollut menetyksiä – kiitos sinne jonnekin. Sekä kiitos kaikille, jotka olette olleet matkassa mukana jossain vaiheessa. Ja kehräävät rapsutuskiitokset kolmannelle väitöskirjaohjaajalleni Kaapo-kissalle stressikäyrien laskemisesta useita pykäliä alaspäin.

Tällä projektilla on nyt vihdoin konkreettinen deadline, ja se on kerrassaan upeaa!

Porissa 19.4.2022

Lilli Sihvonon

Sisällys

Kiitokset	8
Sisällys	10
Osajulkaisuluettelo	12
1 Johdanto	13
1.1 Tutkimuksen lähtökohdat	14
1.2 Kimble-lautapeli	20
1.3 Tutkimuskysymykset	23
1.4 Tutkimuksen rakenne ja tutkimusartikkelit	24
2 Aiempi tutkimus ja teoreettinen viitekehys	26
2.1 Kimble osana lautapelikulttuuria.....	26
2.2 Kimble kulutuksen kohteena ja kuluttamalla tuotettuna	31
2.3 Kimble esineenä	37
3 Tutkimuksen aineistot, menetelmät ja eettisyys	43
3.1 Triangulaatio	43
3.2 Valmistaja ja asiantuntijahaastattelut.....	49
3.3 Käyttäjät, käyttäjäkulttuurit ja verkkokysely.....	52
3.4 Kimble-versiot	56
3.5 Esineen lähiluku	57
3.6 Tutkimukseen jää aukkoja – tarkoituksella	61
4 Uustuotantoprosessi	67
4.1 Uustuotantoprosessin alustava rakenne ja käsitteistö	68
4.2 Uustuotantoprosessin osa-alueet	70
4.2.1 Historia.....	72
4.2.2 Pysyvät ominaisuudet ja muutokset	75
4.2.3 Esineiden elämäkerrat ja käyttökulttuuri	77
4.3 Kimblen uustuotantoprosessi ja reunaehdot.....	78
4.4 Teoriasta malliksi	82
5 Lopuksi: tulokset ja jatkotutkimus	86
Lähteet	94
Liitteet	102
Alkuperäisjulkaisut	113

Taulukkoluetelo

Taulukko 1: Triangulaatiomatriisi.....	46
--	----

Kuvioluettelo

Kuva 1: Kimblen perusversion pelilauta.....	21
Kuva 2: Käyttämieni tapoja kuvata uustuotantoprosessia: suunnitellun vanhentamisen ja henkiinherättämisen välinen suhde sekä prosessin kulku. (Sihvonen 2014a, 84, 86.).....	69
Kuva 3: Kimblen ja Lumikin kaltaisten tuotteiden uustuotantoprosessien eroavaisuudet lepovaiheen näkökulmasta kuvattuna.....	80
Kuva 4: Suunnitellun vanhentamisen ja henkiinherättämisen välinen suhde muodostaa leikkausalueelle uustuotantoprosessin. Tuotteet sijoitettuna leikkausalueelle sen mukaan, kumpi ilmiöistä painottuu elinkaareissa.....	80
Kuva 5: Kimblen ja Lumikin uustuotantoprosessien erot. Kimblen uustuotantoprosessi muodostaa reunaehdot prosessille.....	82
Kuva 6: Tuotteen uustuotantoprosessin tai uudelleenjulkaisupotentiaalin tunnistaminen.....	84

Osajulkaisuluettelo

Väitöskirjan yhteenveto-osa perustuu seuraaviin alkuperäisjulkaisuihin, joihin viitataan tekstissä roomalaisilla numeroilla I–IV.

- I Sihvonen, Lilli & Anna Sivula. 2016. "Klassikoksi rakennettu – Erään lautapelin historia." *Pelitutkimuksen vuosikirja 2016*: 38–51. <http://www.pelitutkimus.fi/vuosikirja2016/klassikoksi-rakennettu-eraan-lautapelin-historia>.
- II Sihvonen, Lilli. 2017. "Pop-o-matic-muovikupu ja kestävyys – Kimble- lautapelin pysyvien ominaisuuksien merkitys." *Ennen ja nyt: Historian tieto sanomat*, 17(1). <https://journal.fi/ennenjanyt/article/view/108788/63785>.
- III Sihvonen, Lilli. 2018a. "From a Board Game to a Drinking Game – One Biography of the Finnish Board Game Kimble." *Well Played Journal*, 7(1): 127–142. <http://press.etc.cmu.edu/index.php/product/well-played-vol-7-no-1/>.
- IV Sihvonen, Lilli. 2020. " "Classics age" – The Flexibility of Planned Obsolescence in Terms of the Classic Finnish Board Game Kimble." *Widerscreen*, October 2020. <http://widerscreen.fi/numerot/ajankohtaista/classics-age-the-flexibility-of-planned-obsolence-in-terms-of-the-classic-finnish-board-game-kimble/>.

Artikkelien käyttöön väitöskirjan osajulkaisuina on saatu kustantajien lupa.

1 Johdanto

Esine- ja tuotesuhteemme ovat monimuotoisia ja mutkikkaita. Ostamme tuotteita, joita emme todellisuudessa tarvitse ja joita saatamme käyttää vain hetken. Kun tavarasta tulee tylsä, turha ja ahdistava, luemme eri elämäntapaoppaita, jotka neuvovat meitä, miten luovumme turhasta tavarasta. Osa tavarasta löytää uuden omistajan, osaa ei halua kukaan. Pian tämän jälkeen hankimme uutta, usein jotain samankaltaista tilalle. Uuteen tavaraan liittyy yleensä lupaus jostain paremmasta, kuten paremmasta elämästä ja kauneudesta, mutta tämä on lopulta hyvin pinnallista tavaran ajautuessa taas osaksi luopumisprosessia.

Toisaalta ostamme tuotteita, joista tulee sydänystäviämme. Vaalimme ja hoiuamme niitä. Vaikka ne olisivat päivittäisessä käytössä, niiden tenho ei katoa, vaan jopa paranee vanhetessaan. Kun niistä lopulta aika jättää, suremme niitä. Niistä tulee osa muistojamme ja kokemuksiamme. Saatamme myös ostaa saman tuotteen tilalle, koska tiedämme niiden olevan luotettavia kumppaneita.

Emme ole täysin syyllisiä tähän ailahtelevaan toimintatapaan; tuotteet ja laitteet hajoavat verraten nopeasti, halusimme sitä tai emme. Jatkuvalla uusien ja näennäisesti parempien tuotteiden tulvalla pyritään myös houkuttelemaan kuluttajia vaihtamaan vanhat, edelleen toimivat tuotteensa uusiin. Psykologinen ja suunniteltu vanhentaminen kuvaavat tekniikoita, joilla kuluttajat saadaan jatkuvan kulutuksen kierteeseen; vanhan tavaran kuuluu tuottaa käyttäjälleen häpeää, uusi taas kohottaa statustamme hetkellisesti, ennen kuin on aika ostaa jälleen uutta. Ylikulutuksesta ja poisheitetyistä tavaroista syntyy myös jätettä ja ympäristöongelmia, jotka puolestaan ovat yhteydessä ilmastonmuutokseen.¹ Erityispiirteensä tähän sekavaan ja vaihtelevaan tavarasuhteeseemme tuovat retro ja menneiden tuotteiden tai teknologioiden kuten vinyylilevyn² paluu. Jotkin tuotteet siis kiertävät markkinoita vuosikymmenestä toiseen eivätkä vaikuta vanhenevan tai menettävän arvoaan juuri lainkaan – päinvastoin.

Viimeaikainen tutkimus on kasvavassa määrin kiinnittänyt huomiota esinesuhteisiimme eri yhteyksissä sekä niissä tapahtuneisiin muutoksiin. Esimerkiksi sosio-

¹ Ks. esim. Slade 2006.

² Ks. esim. Osborne 2019.

logi Veera Kinnunen on tutkinut väitöskirjassaan esinesuhteita muuton yhteydessä, ja ehdottaa niiden tarkastelua hoivasuhteena, jossa ihminen ja esine pitävät huolta toinen toisistaan³. Tekniikan historian tutkija Tiina Männistö-Funk puolestaan on perehtynyt suomalaiseen materiaalsen elämän ja kulutuksen muutoksiin sekä painottanut materiaalsen vaikutussuhteiden tutkimuksen huomion kiinnittämistä *rykelmiin* eli eri aineellisten toimijoiden yhteenliittymiin, jotka ovat oleellisia jos-sain tiettyssä ajassa ja tapahtumassa.⁴ Molempien väitöskirjat myös lähtevät liikkeelle tavaraan liittyvästä ongelmasta eli sen massiivisesta määrästä.

Tämä väitöskirjatutkimukseni ottaa osaa tähän samaan esinekeskusteluun tuoden siihen mukaan yhden uuden näkökulman: kestävän ja erityisen tuote- ja esinesuhteen ja sen mallintamisen. Tuotesuhteella tarkoitan tässä tutkimuksessa kollektiivista, usean käyttäjän jakamaa luottamusta johonkin tiettyyn tuotteeseen. Tämä saa käyttäjät valitsemaan saman tuotteen yhä uudelleen vanhan hajottua. Esinesuhteella tarkoitan yksilöllistä, jokaisen käyttäjän omaa erityistä suhdetta esineeseen. Tutkimukseni lähtökohtana ovat markkinoita jatkuvasti kiertävät vanhat tuotteet ja uustuotanto. Tutkin, mitä yhteisiä tekijöitä noilla tuotteilla on ja millaisia niiden elinkaaret ovat. Lopuksi ehdotan tuotekehitykseen ja tutkimukseen soveltuvaan mallia, jonka avulla on mahdollista tarkastella ja rakentaa kestävä tuotesuhde, joka johtaa erityiseen esinesuhteeseen.

1.1 Tutkimuksen lähtökohdat

Uustuotanto, vanhojen klassikkotuotteiden kierrätys ja paluu muotiin ovat olleet viime vuosien ajan erilaisten sisustus- ja aikakauslehtien aiheena. Esimerkiksi vuonna 2015 ilmestyneessä *Antiikki ja Design* -lehden *Retroilu*-erikoisnumerossa esiteltiin vanhojen alkuperäisten klassikkotuotteiden ja niiden uustuotannon välisiä eroja. Uustuotannossa tuotannosta poistunut tuote kuten huonekalu tai muu sisustusesine otetaan uudelleen tuotantoon. Yksi merkittävistä eroista on hinta; vanhat klassikot ovat arvokkaampia kuin uustuotanto. Myös valmistustekniikat ja -materiaalit sekä visuaalinen ilme voivat muuttua uustuotannossa.⁵ Tunnettuja esimerkkejä nykyään uustuotannossa olevista tuotteista ovat Yki Nummen suunnittelema *Lokki*-valaisin sekä Alvar Aallon riippuvalaisin *A330S*, joka tunnetaan lempinimellä *Kultakello*⁶.

Huonekalujen ja sisustusesineiden lisäksi uustuotanto koskettaa muitakin tuotteita kuten elokuvia ja pelejä. Disney-yhtiö on ollut tunnettu tavastaan kierrättää

³ Kinnunen 2017.

⁴ Männistö-Funk 2014; Männistö-Funk 2016.

⁵ Pöppönen 2015, 46–49.

⁶ Yki Nummi, www.innolux.fi; *A330S*-valaisin, www.artek.fi.

omaa klassikkoelokuviansa sarjaa siten, että yhtiö esittelee sarjasta aina yhden elokuvan vuodessa uudelle sukupolvelle. Siten jokainen elokuva ilmestyy uudelleen noin kerran vuosikymmenessä.⁷ Esimerkiksi yhtiön ensimmäinen kokoillan animaatio *Lumikki ja seitsemän kääpiötä* on ilmestynyt uudelleen vähintään kerran vuosikymmenessä, ja yhtiö on toisinaan päivittänyt elokuvaa sopimaan ilmestymisajankohtiinsa⁸. Vuonna 2016 *Skrolli*-lehdessä uutisoitiin klassikoiden paluusta eli vanhojen pelisarjojen uudelleenkäynnistämistä. Vanhat hahmot, tarinat ja tyyli elvytettiin täysin uudeksi ja omaksi pelikseen, jotta nostalgiannälkäiset pelaajat saivat nauttia retrotunnelmasta uuden teknologian siivittämänä.⁹

Tiivistetysti uustuotannossa on kyse tuotteista, jotka ilmestyvät uudelleen vuosikymmenten aikana mutta jotka myös katoavat markkinoilta. Katoaminen ja paluu tapahtuvat yleensä ohjatusti, ja siten näiden tuotteiden elinkaaret ovat niiden valmistajiensa hallittavissa. Katkos on uustuotannossa tärkeää: kun tuotetta ei valmisteta lainkaan eikä sitä saa (ainakaan uutena ja aitona) mistään, tuotetta kohtaan syntyy nostalgiaa¹⁰ eli katkeransuloista kaipuuta jotakin menetettyä kohtaan. Melkein mitä tahansa vanhaa voidaan ottaa uudelleen tuotantoon, jos sille riittää nostalgista kysyntää – tai näin sitä on tähän asti selitetty¹¹. Osalta tuotteista selkeät katkokset nimittäin puuttuvat eikä nostalgia selityksenä enää täysin toimi.

Uustuotanto tai uudelleenjulkaisu ei ole ilmiönä mitenkään uusi. Elokuvat, televisiosarjat ja sisustusesineet ovat olleet uustuotannon kohteita jo pitkään. Sosiologi Fred Davis esitti vuonna 1979 ilmestyneessä *Yearning for Yesterday - A Sociology of Nostalgia* -teoksessaan ajatuksen siitä, miten mediatuotteiden vastaavanlainen kierrättäminen tapahtuisi suunnitellun vanhentamisen ja suunnitellun henkiinherättämisen (revivifikaatio) avulla. Tuotteiden ensi-ilmistyminen markkinoilla olisi lyhykestoinen ja päättyisi siihen, kun uudet mediatuotteet syrjäyttäisivät vanhat tuotannosta (suunnitellun vanhentamisen vaihe). Vuosikymmeniä myöhemmin nämä vanhat tuotteet ilmestyisivät uudelleen, kun kuluttajat alkaisivat nostalgisoida niitä (henkiinherätysvaihe). Tätä varten yhtiöt palkkaisivat myös erityisiä nostalgiaspesialisteja arvioimaan, milloin tuotteiden tulisi ilmestyä uudelleen.¹²

⁷ Wasko 2001, 30, 43–46. Huom. yhtiön käytäntö vaikuttaa osaltaan löyhentyneen, sillä klassikkosarja näyttäisi olleen jo pitkään saatavilla kaupoissa.

⁸ Sihvonen 2014a, 93.

⁹ Kauppinen 2016, 8–11. Elokuvien sekä pelien yhteydessä puhutaan uudelleenjulkaisemisesta (re-release), uudelleenfilmatisoinnista tai uudelleenversioinnista (remake), eli esimerkiksi vanhasta elokuvasta tehdään täysin uusi versio. Englannin kielen re-version viittaa saman tuotteen uudelleenjulkaisemiseen. (Remake, www.wikipedia.org.)

¹⁰ Ks. esim. Rossi & Seutu 2007.

¹¹ Ks. esim. Pöppönen 2015; Davis 1979.

¹² Davis 1979, 133–134.

Suunniteltu vanhentaminen tarkoittaa tarkemmin tuotteen tai palvelun käyttöään tarkoituksellista rajoittamista ja lyhentämistä¹³. Vanhentamisen juuret ovat 1800-luvun kertakäyttökulttuurissa. Se yleistyi haitallisena suunnittelu- ja valmistusmenetelmänä 1920- ja 1930-luvuilla, kun valmistajat heikensivät tarkoituksella tuotteidensa laatua huonoilla valmistusmateriaaleilla tai tarjoamalla kuluttajille jatkuvasti uusia, entistä hienompia tuotteita¹⁴. Suunniteltu vanhentaminen kytkeytyy niin muodin väliaikaisuuteen ja nopeuteen, kierrätys- ja jäteongelmiin kuin uusien teknologisten laitteiden ilmestymiseen ja katoamiseen¹⁵. Suunniteltuun vanhentamiseen liittyvät tutkimukset tarkastelevat pitkälti tuotteiden kestävyuden ja laadun tahallista heikentämistä sekä ratkaisuja niiden parantamiseen¹⁶. Tutkimuksessa vähemmälle huomiolle jäävät emotionaalisesti ja fyysisesti kestävät tuotteet sekä prosessit, joissa tällaiset tuotteet syntyvät, koska vanhentamisen ei ajatella liittyvän niihin¹⁷. Davisin ajatus viittaa kuitenkin siihen, että vanhentaminen kytkeytyy tällaisiin tuotteisiin, ja se on tämänkin tutkimuksen yksi lähtökohta¹⁸. Käsittelemme vanhentamisen tutkimusta tarkemmin luvussa 2.

Henkiinherätysvaiheen pohjana on nostalgia, jota Davis on käsitellyt teoksessaan sekä tunteena että tietoisuuden muotona sekä jakanut sen kollektiiviseen ja yksityiseen nostalgiaan. Kollektiivisessä nostalgiaassa on kyse julkisista ja jaetuista nostalgian kohteista, kun taas yksityinen nostalgia tarkoittaa yksilön omaa henkilökohtaista nostalgiakokemusta. Näiden kahden rajat ovat häilyviä, sillä kollektiivisen nostalgian objektiin voi kytkeytyä yksityistä nostalgiaa ja jokin yksityinen nostalginen kokemus voi olla osa jotain laajemmin jaettua kokonaisuutta.¹⁹

Kirjallisuudentutkija Svetlana Boym on määritellyt nostalgian kaipuuksi sellaiseen, jota ei enää ole tai jota ei ole koskaan ollutkaan olemassa. Nostalgia on menetyksen ja siirtymän tunne, mutta myös oman haaveilun romantisointia. Usein se liittyy kaipuuseen mennyttä kohtaan mutta myös tulevaan, ja sen kohde voi olla täysin kuviteltu. Myös Boym määrittelee nostalgian kahtiajaon kautta restoratiiviseen ja reflektiiviseen: restoratiivinen nostalgia pyrkii palauttamaan menneen sellaisena kuin se oli, kun taas reflektiivinen nostalgia velloo kaipuussa ja leikittelee nostalgisilla tuntemuksilla.²⁰ Esimerkiksi digitaalisen kulttuurin tutkija Jaakko

¹³ Slade 2006, 5; Sihvonen 2014a; Sihvonen 2014b.

¹⁴ Slade 2006, 3–7.

¹⁵ Ks. esim. Takkunen ym. 2018, www.yle.fi; Ks. esim. Yle Uutislukko 3.4.2019, www.yle.triplot.io. Ilmiöön liittyvät ongelmat ovat siinä määrin suuret, että suunniteltua vanhentamista vastustavaa lainsäädäntöä on suunnitteilla.

¹⁶ Ks. esim. Slade 2006 ja Cooper 2010.

¹⁷ Ks. Chapman 2015; Artikkel IV.

¹⁸ Ks. Artikkel IV.

¹⁹ Davis 1979, 118–124.

²⁰ Boym 2001, XIII–XIX, 3–18, 33–39, 41–42, 49–50.

Suominen on tarkastellut teknologisten laitteiden osalta sitä, kuinka esineet voivat olla nostalgisoinnin kohteita tai portteja nostalgian kokemukselle ja kuinka muistelu voi aktivoida käyttäjää hankkimaan vanhoja laitteita tai kaivamaan ne esiin varastoista. Joissain tapauksissa muistelu voi tuottaa pettymyksen, kun vanha laite ei täytä enää odotuksia.²¹

Lapsuus ja nuoruus ovat yksi nostalgisoinnin kohde. Nykyhistorian tutkija Gary Cross on todennut nostalgian olevan laajaa liiketoimintaa, ja hän käyttää termiä kulutettu nostalgia (engl. consumed nostalgia). Tällä hän viittaa yksinkertaisimmillaan kaipuuseen menneisyyden (etenkin lapsuuden ja nuoruuden) tuotteita kohtaan. Tällöin ostetaan esimerkiksi lapsuudesta tuttuja tuotteita uudelleen tai ostetaan jotain, jota ei lapsena saanut. Cross näkee kulutetun nostalgian parhaimmillaan vapauttavana ja hauskana, pyrkimyksenä palauttaa jotain lapsuudesta. Hänen mukaansa se auttaa selviytymään stressistä ja on toisaalta hienovaraista kulutuksen kritiikkiä, jossa ostetaan yksinkertaisemman ajan tuotteita eikä nykyhetken uutuuksia.²²

Myös Davis on nähnyt nostalgian laajana liiketoimintana, etenkin amerikkalaistaustaisena nostalgiateollisuutena²³. Sosiologi Paul Grainge on tutkinut nostalgiaa mediatyylinä ja kaupallisena ilmiönä, joka on hänen mukaansa syntynyt tiettyjen teknologisten muutosten ja markkinarakojen ansiosta. Nostalgia ei siten olisi kaipaavan tunnetilan heijastuma²⁴. Kulttuurihistorioitsija Hannu Salmi on todennut, että kulttuurituotteiden kuten populaarimusiikin kierrättäminen on tietoista nostalgian muuttamista rahaksi, ja Salmi liittyy tämän etenkin retrotyyliin. Menneisyyden hyödykkeistämisen tavoitteena on puhutella kuluttajan nostalgian tunnetta.²⁵ Kulutuksen tutkijat Toni Ryyänen ja Visa Heinonen ovat tarkastelleet muisteltuja kulutuskokemuksia ja tunnistaneet niissä erilaisia ajallisuuksia, joissa nostalgia liittyi kaukaisiin muistoihin kuten lapsuudenkokemuksiin tai johonkin merkitykselliseen menneeseen kokemukseen ja hävisi tultaessa lähemmäs nykyhetkeä. Tämä ohjaa tarkastelemaan kokemuksia muunakin kuin nostalgiana.²⁶

Nostalgia näyttäisikin olevan vain yksi ja hieman yksinkertainen selitys pitkään ja toistuvasti markkinoilla pyörivien kulttuurituotteiden menestykselle. Miksi kyse olisikaan pelkästään menetettyjen aikojen ja tuotteiden kaipuusta? Esimerkiksi populaarimusiikin tutkija Richard Osborne on todennut, ettei vinyylin kysynnän uusi kasvu ole selittynyt enää vain pelkällä nostalgialla, sillä nykyinen kuluttaja-

²¹ Suominen 2011. Suominen käsittelee artikkelissa tarkemmin laitteisiin liittyvää tunnesuhdetta ja siinä tapahtuvia muutoksia ihastumisesta laitteesta luopumiseen.

²² Cross 2015, 10–21, 232–247.

²³ Davis 1979, 118–122. Davis mainitsee tästä esimerkkinä Disney-yhtiön.

²⁴ Grainge 2000, 29.

²⁵ Salmi 2001, 147–149.

²⁶ Ryyänen & Heinonen 2018, 186–188.

sukupolvi ei ole elänyt vinyylin kultakaudella. Osborne on tunnistanut taustalta muita, etenkin materiaalisia, tekijöitä.²⁷ Myös sosiologi Dominik Bartmanski ja kulutuksen ja markkinoinnin tutkija Ian Woodward ovat tarkastelleet vinyylilevyn selviytymistä muista kuin nostalgian näkökulmasta. He ovat tunnistaneet samanlaisia tekijöitä selviytymisen taustalta kuin Osborne. Vinyylilevyn semioottinen muuntautuneisuus tekee siitä voimakkaan kulttuurisen objektin, sillä se tavoittaa erilaisia yleisöjä ja kytkeytyy pop- ja rockmusiikin kaanoniin. Ajan mittaan kasva-va arvo ei heidän mukaansa viittaa ohimenevään nostalgian tunteeseen.²⁸

Tuotteiden selviytymisen selittäminen pelkällä nostalgialla on ongelmallista. Nostalgiaa ei voi taata, onhan kyse pitkälti yksilöllisestä tunteesta²⁹. Esimerkiksi Cross on todennut, että kulutetun nostalgian siirtäminen seuraavalle sukupolvelle on vaikeaa. Markkinoinnin ja menestyksen onnistuminen vaihtelevat tuotteesta toiseen.³⁰ Moni klassikkotuote on myös jatkuvasti saatavilla, eikä nostalgian tunne siten voi perustua katkokseen ja tuotteen katoamiseen markkinoilta. Tässä väitös-kirjassani väitänkin, että tuotteiden uudelleenilmestymisissä on kyse muustakin kuin nostalgiaista. Kyse on erityisestä tuote- ja esinesuhteesta, jota selittävät monet tekijät. Siksi tämä tutkimus kääntää katseen kohti tuotteen elinkaarta ja sen tapah-tumia pilkkoen esiin tekijät, jotka siihen vaikuttavat.

Olen kehittänyt *uustuotantoprosessin* käsitteen, joka perustuu Davisin ajatuk-seen suunnitellun vanhentamisen ja henkiinherättämisen vuorottelusta tuotteen elinkaaressa. Uustuotantoprosessissa suunniteltu vanhentaminen ja henkiinherättä-minen vuorottelevat siten, että vanhentaminen poistaa tuotteen markkinoilta (pro-cessin passivointi) ja henkiinherättäminen palauttaa sen markkinoille (prosessin aktivointi). Uustuotantoprosessi alkaa alkuperäisessä tuotantovaiheessa eli tuotteen saapuessa markkinoille ensimmäistä kertaa. Kun kysyntä hiipuu, prosessi passivoi-tuu ja tuote siirtyy lepovaiheeseen. Lepovaiheeseen siirtyvä tuote yleensä katoaa markkinoilta ja on kuluttajan ulottumattomissa useita vuosia, jopa vuosikymmeniä. Kun tuote herää henkiin, sen elinkaaressa käynnistyy uustuotantovaihe, jota seuraa jälleen uusi lepovaihe. Tuote voi tällä tavoin ilmestyä uudelleen useita kertoja.³¹

²⁷ Osborne 2019. Joskin tässä kohtaa on todettava, ettei nostalgiaa tuntevan ole välttä-mättä tarvinnut elää ja kokea nostalgisoimaansa aikaa tai esinettä. Ks. nojatuolinos-talgiaista Koivunen 2001.

²⁸ Bartmanski & Woodward 2015.

²⁹ Ks. esim. Salmose 2019. Nostalgia voi olla intiimikin tunne, ja se liittyy yleensä kat-keransuloiseen ymmärrykseen siitä, ettei mennyttä voi saada sellaisenaan takaisin. Salmose viittaa myös Davisin toteamukseen siitä, että kaikki tietävät, miltä nostalgia tuntuu, mutta sen selittäminen on hankalaa. (Salmose 2019; Ks. Davis 1979.)

³⁰ Cross 2015, 11–16.

³¹ Sihvonen 2014a, 10, 82–85. Ks. myös Artikkeli IV.

Uustuotantoprosessin painopiste on tähän asti ollut suunnitellussa vanhentamisessa ja sen synnyttämässä katkoksesta tuotteen elinkaareissa. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on kuitenkin murtaa ajatus vanhentamisen ja katkoksen tarpeellisuudesta. Valitsemani tuote-esimerkki vastustaa vanhentamisen tavanomaisimpia käytänteitä, eikä sen elinkaareissa siten ole varsinaista suunniteltua vanhentamista. Lisäksi tutkimukseni oletuksena on, että vaikka jokaisen tuotteen uustuotantoprosessi on yksilöllinen, prosessista on mahdollista löytää tuotteita yhdistäviä tekijöitä. Esitän, että nuo tekijät tunnistamalla on mahdollista tuottaa kattava käsitys ja ymmärrys uustuotantoprosessista sekä kehittää malli, jonka voi valjastaa tuotetutkimuksen ja -kehityksen työkaluksi. Malli on yksi tapa rakentaa kestäviä tuotesuhteita.

Davisin ajatus liittyi vain mediatuotteiden kierrättämiseen. Uustuotantoprosessi soveltuu kuitenkin useiden eri tuotetyyppien tarkasteluun. Tässä väitöskirjassa tutkin kulttuurituotteiden uustuotantoa ja uudelleenjulkaisemista. Kulttuurituotteella tarkoitan tässä paitsi viihdeteollisuuden tuottamia tuotteita kuten elokuvia, pelejä, kirjallisuutta myös erilaisia ja erityisiä, tietyn arvon saaneita ja keräiltäviä tuotteita kuten sisustusesineitä ja huonekaluja³².

Tässä tutkimuksessa olen ottanut uustuotantoprosessin rinnalle käyttöön *uudelleenjulkaisemisen*, jolla tarkoitan samaa asiaa. Käsitteet eroavat arkikäytössä osittain siten, että uustuotannon voi katsoa viittaavan huonekaluihin ja sisustusesineisiin, jotka otetaan katkoksen jälkeen uudelleen valmistukseen. Uudelleenjulkaiseminen viittaa mediatuotteisiin kuten peleihin ja elokuviin, joita ei tarvitse enää valmistaa alusta loppuun uudelleen. Prosessi-loppuosa merkitsee jatkuvaa ja pitkäkestoista ilmiötä.

Väitöskirjani sijoittuu digitaalisen kulttuurin alalle, joka määrittyy hyvin väljästi ilman tarkkoja rajauksia ja jonka tutkimuskohteisiin kuuluvat paitsi pelit ja sosiaalinen media myös teknologian kulttuuriseen muutokseen liittyvät asiat. Digitaalisen kulttuurin tutkija Jaakko Suomisen mukaan digitaalinen kulttuuri voi tarkoittaa tietynlaista (leikillistä) asennetta tutkimukseen ja tieteeseen, ei välttämättä vain digitaalisen kulttuurin ilmiöiden ja tuotteiden tutkimusta.³³ Uusmediateoreetikko ja media-arkeologian tutkija Jussi Parikka vertaa digitaalista kulttuuria ja media-arkeologiaa toisiinsa: kumpikaan ei tapahdu vain jollain tietyllä tieteenalalla vaan lävistää ja matkaa useiden eri alojen ja instituutioiden läpi³⁴.

Digitaalinen kulttuuri antaa siten liikkumatilaa omalle tutkimukselleni, joka on kokeilevaa ja monitieteistä. Tutkimani ilmiöt ja prosessit ovat matkaavia ja voivat

³² Ks. esim. Suoranta 2015.

³³ Suominen 2013.

³⁴ Parikka 2012, 159–160. Media-arkeologia tutkii mennyttä, unohdettua ja usein outoa mediaa ymmärtääkseen nykyistä vallalla olevaa mediaa. Ks. Parikka 2012.

liittyä sekä digitaalisiin että ei-digitaalisiin tuotteisiin; videopelit ja teknologiat voivat olla uustuotannon kohde, ja uustuotantoprosessia voi soveltaa näiden tuotteiden elinkaaritutkimukseen ja tuotekehitykseen. Suunniteltu vanhentaminen puolestaan kytkeytyy teknologian sekä digitaalisuuden kehitykseen ja kulttuuriseen muutokseen, mutta sekään ei ole sidottu vain niihin. Vanhentamista on tutkittu myös ihmistyön ja -taitojen näkökulmasta³⁵. Digitaalinen kulttuuri, sen tuotteet ja ilmiöt ovat vakiintuneet osaksi arkeamme siinä määrin, että voi olla vaikeaa erottaa niitä ei-digitaalisesta maailmasta. Ennen kaikkea digitaalisella kulttuurilla on fyysiset ilmentymänsä, eli se ei ole vain bittejä, jolloin on perusteltua tarkastella digitaalisten ilmiöiden vaikutusta ei-digitaalisessa maastossa.

Tutkimukseni lopputulos on teoreettinen malli, jota on mahdollista kokeilla käytännössä. Katson tämän osaltaan edustavan Suomisen mainitsemää leikillistä asennetta tutkimukseen ja tieteeseen, ja pidänkin digitaalista kulttuuria luonteeltaan kokeilevana oppialana. Tutkimukseni tarjoaa oppialalle sekä humanistiselle tutkimukselle mahdollisuuden osallistua kokeilevaan tuotekehitykseen, jossa omakсутaan uustuotantoprosessi tuotteiden elinkaarena. Tutkimus myös korostaa (lautapeli)erien merkitystä kulutustavaroina ja erityisinä esineinä.

Koska digitaalisen kulttuurin tutkimus voi kytkeä itseensä erilaisia tutkimussuuntia, rakennan väitöskirjani teoreettisen viitekehyksen pelitutkimuksen, kulutuksen tutkimuksen sekä materiaalisen kulttuurin tutkimusten pohjalta. Tarkastelen tästä syystä toisessa pääluvussa Kimbleä niin pelinä, tuotteena kuin esineenäkin ja kerron, miksi tällainen viitekehys on tärkeää kytkeä uustuotantoprosessin tutkimukseen.

1.2 Kimble-lautapeli

Tässä väitöskirjassani kehitän uustuotantoprosessin mallin tapaustutkimuksen avulla. Tutkimuskohteenani on Tactic Games Oy:n³⁶ vuonna 1967 ilmestynyt lautapeli *Kimble* (kuva 1). Kimble muodostuu muovisesta pelilaudasta, 16 pelinappulasta sekä nelikulmaisesta pahvisesta pelipakkauksesta. Alkuperäisten sääntöjen mukaan peliin mahtuu maksimissaan neljä pelaajaa. Jokaisella pelaajalla on pelissä neljä pelinappulaa, joita liikutetaan nopan silmälukujen mukaan. Kimblen noppa sijaitsee pelilaudan keskellä Pop-o-matic-muovikuvun alla. Noppaa heitetään painamalla kupua, jolloin metallilevyn alla oleva jousi pompauttaa noppaa. Pelirata muodostuu koloista, joihin nappulat asetellaan.

³⁵ Ks. esim. Chauhan & Chauhan 2008.

³⁶ Yhtiön on perustettu nimellä Nelostuote Ky, jonka jälkeen siitä on tullut myöhemmin osakeyhtiö. Nimi vaihtui Tactic Games Oy:ksi vuonna 2014.



Kuva 1: Kimblen perusversion pelilautaa.

Pelin ideana on kuljettaa omat pelinappulat kotipesästä maaliin ennen muita pelaajia. Pelinappulan saa peliradalle vain silmäluvulla kuusi, ja sillä saa myös aina uuden painallusvuoron³⁷. Pelin aikana voi syödä toisten pelaajien pelinappuloita: jos pelaajan X nappula siirtyy takaa-ajoasemassa samaan koloon kuin pelaajan Y pelinappula, siirtää pelaaja Y oman nappulansa takaisin kotipesään odottamaan uutta yritystä. Voittaja on se, jolla on kaikki neljä pelinappulaa ensimmäisenä maalissa.

Kimble asettuu historiallisesti mielenkiintoiseen kontekstiin sen ollessa ensimmäisiä muovista valmistettuja lautapelejä Suomessa. Sitä ennen suurin osa lautapeleistä valmistettiin pahvista, kartongista tai puusta. Peli on suomalaista ja tarkemmin porilaista tuotantoa, vaikka se pohjautuukin amerikkalaiseen *Trouble*-peliin. Kimble on Tactic Games Oy:n (eli silloisen Nelostuote Ky:n) ensimmäinen lautapeli sekä keskeinen osa yhtiön menestystä.³⁸ Peli saa aika ajoin myös mediahuomiota³⁹.

Kimble on riittävän vanha uustuotantoprosessin tutkimiseen, siitä on useita versioita, ja se ei edusta uustuotannon tavanomaisinta käsitystä: vuosien 1967–2015 välisenä aikana Kimblen perusversio on uudistunut vähintään seitsemän kertaa, mutta uudistukset ovat olleet hyvin hienovaraisia ja peli on säilynyt monilta osin

³⁷ Ruotsissa pelin voi aloittaa silmäluvuilla 1 ja 6. (Söderlund 2013, www.aftonbladet.se.)

³⁸ Ks. esim. Artikkelit I.

³⁹ Ks. esim. Söderlund 2013, www.aftonbladet.se; Särkkä 2015, www.is.fi.

muuttumattomana 2000-luvun alkuun asti. 2000-luvun alusta alkaen pelistä on alkanut ilmestyä lisenssiversioita. Lisenssiversioissa pelilauta ja -pakkaus sekä joskus myös pelinappulat saavat hahmon tai teeman mukaisen ilmeen⁴⁰. Vuosina 2007 ja 2017 pelistä on julkaistu myös juhluvuosisivertio, joista käsittelen tässä väitöskirjassani vain ensimmäistä. Nimitän juhluvuoden versiota *retroversioksi*, sillä se on lähes identtinen kopio alkuperäisestä, vuonna 1967 ilmestyneestä Kimblestä.⁴¹ Epätavanomaisen uustuotannon tutkimuskohteen Kimblestä tekee myös se, että peli on jatkuvasti saatavilla.

Kimble on myös käyttäjiensä, ei vain valmistajansa, muokkauksen kohde. Pelilautaa ja sääntöjä voi muokata tilanteeseen sopivaksi; esimerkiksi opiskelijapiireissä pelistä suunnitellaan ja rakennetaan uusia, monimutkaisia versioita omaan käyttöön. Kimble on myös muokattu joukkotapahtumaksi, jossa opiskelijat itse ovat pelinappuloita ja johon kuuluu toisinaan myös alkoholin käyttö.⁴² Peli saa siten uusia fyysisiä ulottuvuuksia, ja aiempi Kimble-tutkimus onkin keskittynyt esimerkiksi Kimblen liikunnallistamiseen⁴³. Epävirallista tutkimusta on tehty myös Kimblen nopan silmälukujen todennäköisyyksistä⁴⁴.

Luonnollisesti Kimble liikkuu myös nostalgisessa maastossa, ja nostalgiatutkimus on sovellettavissa Kimbleen. Vaikka jokaisen Kimbleä pelanneen käyttäjän muistot ovat yksilöllisiä, Kimble on kaikkia nostalgian tuntemuksia yhdistävä tekijä. Onnelliset lapsuuden Kimble-muistot ovat johtaneet osalla käyttäjistä siihen, että he hakeutuvat aktiivisesti Kimblen pariin edelleen aikuisina tai he pyrkivät Kimblen avulla luomaan lapsilleen myös samanlaisia onnellisia lapsuuden pelihetkiä. Toiset käyttäjät puolestaan muistelevat kaiholla opiskeluaikojaan ja Kimblen pelaamista, mutta heillä ei välttämättä ole halua pelata Kimbleä enää.⁴⁵

⁴⁰ Ks. lisenssiversioista esim. Heljakka 2011. Katriina Heljakka on käsitellyt tutkimustyössään lelu- ja peliteollisuuden lisenssitoimintaa. Ensinnäkin lisenssitoiminta tarkoittaa, että lisenssinhaltija luovuttaa tietyin ehdoin ja rajatuin käyttöoikeuksin tuotemerkkinsä, hahmonsä tai muun vastaavan lisenssoijalle. Lisenssin voi liittää osaksi jotakin olemassa olevaa tuotetta, mikä voi herättää kuluttajan kiinnostuksen, koska tuotteessa on jotakin tuttua mutta myös jotain uutta. Lisenssoinnin onnistumiseen vaikuttavat pitkälti oikea ajoitus, suunnittelun ja valmistuksen kustannustehokkuus sekä peleissä erityisesti peli-idea ja visuaalisuus. Lisensseissä tulee yleensä noudattaa melko tiukkaa style guide -opasta. (Heljakka 2011.)

⁴¹ Vuoden 2007 Kimble oli yhtiön yhteistyökumppaneille tarkoitettu lahja, eikä se ollut kaupallisessa levityksessä. Vuonna 2017 sekä Kimble että yhtiö täyttivät 50 vuotta, ja sen kunniaksi ilmestyi kaupalliseen levitykseen suunnattu retroversio, joka oli kopio vuoden 1972 versiosta.

⁴² Ks. esim. Sihvonen 2018b.

⁴³ Lehtonen 2019.

⁴⁴ Heikkinen & Kukko 2015, www.statistition.com.

⁴⁵ Ks. esim. Davis 1979 sekä Boym 2001.

Tiedostankin Kimblen nostalgisuuden ja sen mahdolliset vaikutukset uustuotantoprosessiin, mutta koska tässä tutkimuksessa pyrin irrottautumaan nostalgiaselityksestä, perustelen Kimblen valintaa sen historialla, materiaalisella muuntautuvaisuudella sekä toisaalta muuttumattomuudella. Näiden lisäksi yksi keskeinen valintaan vaikuttavista tekijöistä on ollut se, että Kimble on kestävä; se ei hajoa herkästi. Kestävä tuote on ajallemme epätyypillinen, sillä esineiden ei oleteta kestävän käytössä kovinkaan pitkään.⁴⁶ Kestävydestä huolimatta Kimblelle riittää silti kysyntää. Kimble on siten poikkeuksellinen tuote, joka vastustaa suunnitellun vanhentamisen tavanomaisimpia muotoja. Siksi se on myös erinomainen esimerkki, johon voi verrata suunniteltua vanhentamista painottavaa uustuotantoprosessia.

1.3 Tutkimuskysymykset

Jokainen tuote uustuotantoprosesseineen on luonnollisesti uniikki. Tuotteiden uudelleenjulkaisemisen logiikoissa on siten eroja, mutta niissä voi havaita myös samankaltaisuuksia. Tässä väitöskirjassani tuotan yleiskuvauksen uustuotanto- ja uudelleenjulkaisemisprosessista ja selvitän, mitä yhteisiä nimittäjiä ja eroja tuotteiden uustuotantoprosesseilla on. Väitöskirjani tuloksena on uustuotantoprosessin malli, joka on sovellettavissa niin tieteelliseen tutkimukseen kuin tuotekehitykseenkin. Mallin avulla voi tutkia jo julkaistuja tuotteita ja niiden elinkaaria sekä suunnitella ja rakentaa uuden tuotteen elinkaaren uudelleenilmestymisineen. Väitöskirjani päätutkimuskysymys on: **Millainen on kulttuurituotteiden uustuotantoprosessi Kimble-lautapelin esimerkin valossa?** Lähestyn pääkysymystä kolmen alakysymyksen avulla: kysyn, 1) mitä osa-alueita prosessiin kuuluu, 2) millaisia prosessin rakenne ja vaiheet ovat ja 3) millaisen teoreettisen mallin voi esimerkkituotteen perusteella muodostaa?

Olen aloittanut tutkimukseni hyvin konkreettisesti tutkimalla, milloin ja miten Kimble on ilmestynyt, mikä pelissä on muuttunut ja mikä ei, millainen tuote se on, mistä kaikesta sen historia rakentuu ja miten käyttäjät pelaavat ja käyttävät sitä. Väitöskirja-artikkelini keskittyvät uustuotantoprosessin kannalta olennaisiin osa-alueisiin, jotka ovat syntyneet tämän analyysiprosessin tuloksena. Tämän jälkeen olen verrannut Kimbleä uustuotantoprosessiin ja sen alustavaan käsitteistöön, ja siten muodostanut teorian reunaehtoineen ja keskeisimpine käsitteineen. Lopputuloksena on uustuotantoprosessin malli.

⁴⁶ Ks. esim. Lehtonen 2015, 83–85. Turo-Kimmo Lehtonen kirjoittaa siitä, miten suhde tavaroihin on muuttunut.

1.4 Tutkimuksen rakenne ja tutkimusartikkelit

Tässä luvussa olen pohjustanut tutkimukseni lähtökohtia, esitellyt tutkimukseni tapaustuotteen, keskeisimpiä käsitteitä ja teoriaa sekä tutkimuskysymykseni. Tutkimukseni toinen luku käsittelee Kimbleä lautapelinä, tuotteena sekä esineenä. Määrittelen, millainen lautapeli Kimble on ja millaista (lauta)pelitutkimusta peliin voi soveltaa. Lautapelin luonteeseen kuuluu lähtökohtaisesti uudelleenpelattavuus ja jokaisen pelikerran ainutlaatuisuus, ja tällä voi olla vaikutusta Kimblen uustuotantoprosessiin. Kulutuksen ja esinetutkimuksen aiheet kietoutuvat yhteen; kummassakin piilee ajatus siitä, ettemme lopulta täysin hallitse esineitä ja tuotteita ympärillämme. Lisäksi suunniteltu vanhentaminen vaikuttaa esimerkiksi esineiden käytettävyyteen, mikä taas ohjaa kulutusta.

Esittelen kolmannessa luvussa tutkimukseni aineistot ja menetelmät. Avaan eri aineistokokonaisuuksien vaikutusta ja merkitystä teorian kehittämisessä sekä tuotteen tutkimuksessa. Esimerkiksi tiedon saatavuus ja laatu voivat rajoittaa tai heikentää uustuotantoprosessin tutkimusta. Sisällytän eettisen tarkastelun tämän luvun yhteyteen, vaikka tiedostan, että tutkimusetiikka kulkee tutkimuksessa ja tutkijan mukana läpi tutkimusprosessin – myös tutkimuksen päätyttyäkin. Tarkastelen omaa positiotani etenkin suhteessa yritykseen ja tuotteeseen, mutta myös käyttäjiin ja opiskelijapiireihin, joiden Kimble-kulttuuriin olen saanut tutustua pariinkin otteeseen.

Tutkimukseni neljäs luku alkaa uustuotantoprosessin esittelyllä. Sen jälkeen käsittelen tutkimusartikkelieni keskeisimpiä sisältöjä ja Kimbleä uustuotantoprosessin viitekehyksessä. Lopuksi kokoan uustuotantoprosessin reunaehdot ja muodostan prosessista mallin. Viidennessä luvussa vastaan tutkimuskysymyksiini, tarkastelen reflektoiden tutkimusprosessia ja pohdin uustuotantoprosessitutkimuksen hyötyjä, tulevaisuutta ja mallin jatkokäyttöä.

Väitöskirjani muodostuu neljästä artikkelista, jotka on julkaistu vuosien 2016–2020 välisenä aikana. Artikkelit käsittelevät tämän väitöskirjatutkimukseni aikana tunnistamiani uustuotantoprosessin osa-alueita: historiaa, pysyviä ominaisuuksia, muutoksia sekä esineiden elämäkertoja ja käyttökulttuuria. Artikkelien välille muodostuu jatkumo, joka seuraa varsinaiseen uustuotantoprosessin malliin neljännen luvun lopussa. Tulevien uustuotantoprosessitutkimusten tulee perustua näihin osa-alueisiin.

Ensimmäinen väitöskirja-artikkelini on yhteisartikkeli, joka on kirjoitettu historian ja kulttuuriperinnön tutkimuksen professori Anna Sivulan kanssa. **Klassikoksi rakennettu – Erään lautapelin historia** ilmestyi *Pelitutkimuksen vuosikirjassa 2016*. Käsittelemme artikkelissa Tactic Games Oy:n sisäisen ja ulkoisen historian rakentumista ja käyttöä identiteetin rakentajana sekä sitä, miten ne vahvistavat Kimblen symbolista arvoa. Artikkelin tavoitteena on ollut merkityksellisen historian tarkastelu osana uustuotantoprosessia. Anna Sivula on vastannut artikkelin teo-

reettisestä viitekehystä tuoden historiografista analyysia, yritysten historian käyttöä sekä muistitietotutkimusta koskevan asiantuntijuutensa artikkeliin. Artikkelin aineistona ovat tekemäni viisi asiantuntijahaastattelua, jotka olen analysoinut ja soveltanut teoriaan. Olen tunnistanut Kimblen historiassa eri vaiheita ja toimintatapoja, jotka olemme myöhemmin yhdessä nimenneet. Olen kirjoittanut artikkeliin sisään omaa teoriaani sekä vastannut artikkelin pelitutkimuksellisesta taustasta.

Toinen artikkeli, **Pop-o-matic-muovikupu ja kestävyys – Kimble-lautapelin pysyvien ominaisuuksien merkitys**, ilmestyi *Ennen ja nyt – Historian tietosanomien Pelit ja historia* -teemanumerossa 2017. Tarkastelen artikkelissa, miten Kimblen kaksi keskeisintä ominaisuutta Pop-o-matic-nopanekoitin ja kestävyys näyttäytyvät niin käyttäjien verkkokyselyvastauksissa kuin asiantuntijahaastattelussa. Olen tunnistanut niiden esiintymisen käyttäjien muistossa kolmessa eri materiaalisessa tilassa: pelatessa, jouten ja muussa käyttöyhteydessä. Osalla käyttäjistä suhde Kimbleen syvenee sen mukaan, miten he löytävät uusia käyttötapoja pelille. Pysyvien ominaisuuksien rooli on tärkeä uustuotantoprosessin kannalta: niiden ansiosta tuotesuhde jatkuu, koska tuote on kuluttajalle tuttu ja turvallinen. Materiaalinen kestävyys luo perustaa myös psykologiselle kestävyydelle ja klassikoitumiseen.

Kolmas artikkeli ilmestyi *Well Played* -lehdessä 2018. **From a Board Game to a Drinking Game – One Biography of the Finnish Board Game Kimble** -artikkeli sai kimmokkeen vierailustani Aalto-yliopiston opiskelijoiden Konttauskauden avajaisissa, jossa Kimble on keskeinen osa tapahtumaa. Nojaan artikkelissa juomapelitutkimukseen ja esineiden biografiaihin. Juomapeli on yksi monista Kimblen käyttökulttuureista, ja sidoksissa käyttäjänsä elämänvaiheisiin. Käyttökulttuuriulottuvuus on yksi uustuotantoprosessia vahvistava tekijä.

Neljäs väitöskirja-artikkelini **"Classics age" – The Flexibility of Planned Obsolescence in Terms of The Classic Finnish Board Game Kimble** ilmestyi *Widerscreen*-verkkójulkaisussa 2020. Käsittelen artikkelissa suunnitellun vanhentamisen käsitteellistä joustavuutta ja merkittävyyttä klassisen kulttuurituotteen eli Kimblen näkökulmasta. Käsitteellinen joustavuus tulee esille etenkin klassikotuotteissa, joita ei ole suunniteltu vanhentumaan. Klassikot kuitenkin vanhenevat, jolloin ne joko sopeutetaan (valmistajan ennakoiti) tai pakotetaan muuttumaan (esimerkiksi muoti tai lainsäädäntö sanelee). Tässä artikkelissa painopiste on siten Kimbleen tehdyissä muutoksissa. Toinen ja neljäs väitöskirja-artikkelini ovat pari, sillä muutokset ja pysyvät ominaisuudet ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Tarkastelen niitä luvussa 4.2.2.

2 Aiempi tutkimus ja teoreettinen viitekehys

Uustuotantoprosessi koskettaa ilmiönä useita eri tieteenalvoja kulutuksen tutkimuksesta aineelliseen kulttuuriin ja esimerkiksi Kimblen kohdalla myös pelitutkimukseen. Tieteellinen perusta on moniulotteinen, mutta yhteisenä nimittäjänä voi pitää suunnitellun vanhentamisen vaikutusta esine- ja tuotesuhteissa tapahtuneisiin muutoksiin⁴⁷. Esinesuhde ja tuotesuhde luovat uustuotantoprosessissa jatkumon, ja vaikka käsittelen esinettä ja tuotetta erillisinä alalukuina, ovat ne myös toisiinsa limittyviä. Tässä luvussa käsittelen uustuotantoprosessin teoreettista viitekehystä aloittaen Kimblen affordansista⁴⁸ eli siitä, että se on lautapeli ja tarkoitettu pelattavaksi. Tämän jälkeen syvennän tarkastelua kulttuurisesti merkittävään tuotteeseen ja esineeseen.

2.1 Kimble osana lautapelikulttuuria

Tuotteen käyttötarkoitukseen perustuvan tutkimuksen tunteminen on uustuotantoprosessin kannalta tarpeen. Esimerkiksi tätä väitöskirjatutkimusta tehdessäni lautapelikokemuksen hahmottaminen teoreettisesta viitekehyksestä käsin on auttanut tutkimusaineiston keruussa sekä analysoimaan käyttäjien suhdetta Kimbleen. Lisäksi olen itse paitsi pelannut Kimbleä myös tutkinut ja lähilukenu peliä monella tapaa (ks. luku 3.5). Yksinkertaisuudestaan huolimatta olen joutunut toteamaan, että Kimble herättää hyvin voimakkaita tunteita ja sitä pelataan monesti tosissaan⁴⁹.

Pelitutkimus on monitieteistä tutkimusta, ja esimerkiksi ympäristökasvatuksen tutkija Kirsi Pauliina Kallio kuvaa pelien kulttuurista tutkimusta lähtökohdiltaan humanistis-sosiaalitieteelliseksi tutkimukseksi, joka yhdistää humanisteja, yhteiskuntatieteilijöitä, käyttäytymistieteilijöitä, terveystieteilijöitä ja teknologian tutki-

⁴⁷ Ks. esim. Slade 2006.

⁴⁸ Norman 2000, 9–11. Affordanssi tarkoittaa yksinkertaisimmillaan tuotteen alkuperäistä käyttötarkoitusta.

⁴⁹ Vrt. esim. kasuaalipelit (casual games), joilla tarkoitetaan helposti lähestyttäviä, ei-vakavia pelejä. (Mäyrä 2008, 26–27.)

joita⁵⁰. Pelit ovat kulttuuria⁵¹, ja siten mitkään tutkimustraditiot kulutuksen tutkimuksesta esinetutkimukseen eivät ole pelitutkimuksessa poissuljettuja.

Olen hyödyntänyt Kimblen tarkastelussa pääsääntöisesti lautapelitutkimusta, mutta myös pelitutkimusta yleisesti, ja olen pyrkinyt täsmentämään, milloin tutkimusten kohteina ovat digitaaliset pelit, lautapelit tai pelien hybridimuodot. Lautapelitutkimusta on viime vuosikymmeninä tehty paljon, mihin lienee syynä vaativien ja taitoon perustuvien harrastajapelien lisääntyminen markkinoilla⁵². Moni lautapelitutkimus onkin keskittynyt juuri harrastajapeleihin⁵³, peliharrastajiin⁵⁴, pelaamisen moniin ulottuvuuksiin⁵⁵, eri pelien historiaan ja kehitykseen⁵⁶ tai esimerkiksi digitaalisuuteen ja mediateknologioihin lautapeleissä⁵⁷.

Vaikka moni lautapelitutkimus keskittyykin monimutkaisiin ja taitoa vaativiin harrastajapeleihin, voi Kimblen kaltaisia yksinkertaisia pelejä tarkastella ainakin jossain määrin harrastajapelitutkimusten sekä digitaalisen pelitutkimuksen valossa. Informaatiotutkimuksen ja interaktiivisen median tutkija Frans Mäyrä on tutkinut pelejä ja pelikulttuureja, ja hän erottaa kaksi perusrakennetta pelissä: ytimen (core) ja kuoren (shell). Ydin kattaa kaiken peliin liittyvän, jota pelaaja tekee pelatessaan. Kuori tarkoittaa peliä representaationa ja merkkisysteeminä, siis kaikkena sellaisena, joka muokkaa jollain tavalla pelikokemusta ja siinä tapahtuvaa peruseräntä. Vaikka kumpikin on avaintekijöitä pelissä, niiden rakenteet ovat erilaiset. Ydintasolla ovat pelin säännöt, jotka eivät muutu, vaikka pelivälineitä vaihdettaisiin. Toisaalta pelin ulkomuoto ja visuaaliset elementit vaikuttavat pelikokemukseen tavalla tai toisella.⁵⁸ Tätä taustaa vasten oman uustuotantoprosessitutkimukseni kannalta merkityksellisimmät tutkimukset liittyvät pelien kategorisointiin, pelimekaniikkaan ja -tapoihin, pelien materiaalisuuksiin sekä kulttuurisiin merkityksiin.

Kimble määrittänyt monesti perhepeliksi yksinkertaisuutensa vuoksi⁵⁹. Pelien luokittelussa on kuitenkin omat haasteensa, sillä ne voidaan luokitella käyttäjiensä, mekaniikkojensa tai tavoitteidensa perusteella. Esimerkiksi Kimblen oman Wi-

⁵⁰ Kallio 2009, 106; Mäyrä 2008, 5–11.

⁵¹ Mäyrä 2008, 2–11.

⁵² Esim. Jussi Keskitalon mukaan uudet, taitoa vaativat lautapelit rantautuivat Suomeen 2000-luvun alkupuolella. (Keskitalo 2010.)

⁵³ Ks. esim. Woods 2012; Rogerson et al. 2016.

⁵⁴ Ks. esim. Barbara 2017; Rogerson & Gibbs 2018.

⁵⁵ Ks. esim. Arnaudo 2017; Leorke 2018.

⁵⁶ Ks. esim. Depaulis 2018; de Voogt 2019.

⁵⁷ Ks. esim. Booth 2016; Trammel 2019. Esimerkiksi Booth on peräänkuuluttanut lautapelien tarkastelua mediatutkimuksen viitekehyksessä, yhtenä median osa-alueena. (Ks. esim. Editors 2018, 57–60. Paul Boothin osuus.)

⁵⁸ Mäyrä 2008, 17–18.

⁵⁹ Ks. esim. Mikko Saaren arvio Kimblestä Lautapeliopas.fi-sivustolla 12.8.2009, www.lautapeliopas.fi.

kipedia-sivun mukaan pelin juuret ulottuvat intialaiseen patsisi-peliin⁶⁰. Patsisi (eng. Pachisi) on niin sanottu *cross and circle race game* eli takaa-ajopeli, jonka pelilauta muodostuu rististä ja ympyrästä⁶¹. Lisäksi pelissä painottuu Roger Caillois'n kategorisoinnin mukaan etenkin sattuma ja tuuri (*alea*)⁶². Juomapelikäytössä Kimblestä taas tulee aikuisten seurapeli⁶³.

Muun muassa *eurogames*-harrastajapelejä⁶⁴ tutkinut Stewart Woods on kritisoinut pelimekaniikkoihin ja -tavoitteisiin perustuvaa luokittelua. Monet pelit sisältävät useita eri mekaniikkoja, jolloin ne sopivat liian moneen luokkaan yhtä aikaa, mikä tekee jaottelusta vaikeaa. Woodsin mukaan jaottelussa pitäisi huomioida historialliset, kulttuuriset ja kaupalliset kontekstit, sillä moni peli heijastaa aikakauttansa. Woods esittääkin jaotteluksi klassiset pelit, massamarkkinapelit ja harrastajapelit. Klassisia pelejä kuten shakkia ei omista yksikään yhtiö. Niitä myös yhdistää usein abstraktisuus. Massamarkkinapeleihin kuuluvat omistusoikeudelliset pelit, jotka jakautuvat vielä kolmeen alaluokkaan. Ensimmäisen alaluokan muodostavat 1800- ja 1900-lukujen menestyksekkäät perhepelit, joiden säännöistä on tullut osa länsimaista kulttuuria ja jotka siirtyvät helposti sukupolvelta toiselle. Woodsin mukaan näitä pelejä tituleerataan usein klassikoiksi, mutta toteaa statuksen olevan pikemminkin yhdistelmä keinotekoisesti tuotettua nostalgiaa ja tehokasta markkinointia. Toinen alaluokka kattaa *Trivial Pursuit* -pelin kaltaiset seurapelit (*party games*), joissa on yksinkertaiset säännöt ja tavoitteena sosiaalinen kanssakäyminen. Kolmas alakategoria ovat lisensoidut pelit, joihin etenkin televisio ja myöhemmin elokuvat ovat vaikuttaneet. Lisensoidut pelit on suunniteltu jonkin sarjan tai elokuvan pohjalta, ja ne unohtuvat usein yhtä nopeasti kuin niitä inspiroineet lähteetkin. Massamarkkinapeli voi olla myös perinteikkään pelin ja lisenSSIPelin hybridi. Lau-tapelien kolmas yläkategoria ovat harrastajapelit, jotka vaativat taitoa ja strategiaa.⁶⁵

Woodsin luokittelutapa perustuu siis osittain tekijänoikeuksiin, ja se on Kimblen ja tämän tutkimuksen kannalta osuvin pelin soveltuessa kaikkiin massamarkkinapeliin kolmeen alaluokkaan: klassikoksikin toisinaan nimitetyn Kimblen säännöt opetellaan usein jo lapsuudessa, mutta sitä pelataan myös aikuisena. Kimblen säännöt ovat siten osa käyttäjien pelilukutaitoa. Lisensoituja versioitakin on ilmes-

⁶⁰ Kimble, www.wikipedia.org.

⁶¹ Bell 1979, 9–12; *Cross and circle game*, www.wikipedia.org.

⁶² Caillois 2001, 11–17.

⁶³ Ks. esim. Artikkelit III; Sihvonen 2018b.

⁶⁴ Europelit ovat Euroopassa syntyneiden harrastajapeliin genre, jossa korostuvat pelaajien taidot ja strategiat. Europeleissä tuurin osuus on vähäisempi. Ks. Woods 2012.

⁶⁵ Woods 2012, 16–20.

tynyt 2000-luvulta alkaen.⁶⁶ Woodsin luokittelun perusteella Kimblen nimittäminen klassikoksi on kuitenkin virhe.

Mäyrä on listannut klassikon määritelmään muun muassa tunnustetun arvon, historiallisen merkittävyyden sekä kaanonin eli merkittävien teosten listan. Klassikopeli siis edustaa esimerkillisesti aikakauttansa.⁶⁷ Sosiologi Álvaro Santana-Acuña on kirjallisten teosten osalta esittänyt, että klassikon tutkimuksessa on ymmärrettävä, miten se ylipäänsä syntyi. Klassikoksi tulemisessa sen luoja ja muut tahot menettävät kontrollinsa siihen. Klassikko on hänen mukaansa sosiaalinen instituutio; se on aluksi yksi monista teoksista, ja klassikon arvon saatuaan se muo-
vaa sosiaalista maailmaa ympärillään. Se esimerkiksi vaikuttaa muihin, tuleviin teoksiin ja on läsnä niissä.⁶⁸ Katsonkin, että klassikot voi luokitella eri tavoin Woodsin luonnehdinnan mukaisesti kaupallisiin lautapeliklassikoihin kuten Kimble ja klassisiin lautapeleihin kuten shakki.

Kimble on peliarvostelussaan merkitty teemaltaan abstraktiksi peliksi⁶⁹. Abstrakteilla peleillä ei ole mitään erityisiä kulttuurisia viitteitä tai merkkejä, ne eivät viittaa kulttuuriseen kontekstiin, jossa niitä pelataan. Ne leviävät yli ajan ja rajojen, ja ovat lähtökohtaisesti useita satoja, ellei tuhansia vuosia vanhoja. Ne myös pysyvät ulkonäöllisesti ja pelitavoiltaan muuttumattomina. Usein ne on omaksuttu eri peliryhmissä ilman tietoista ymmärrystä niiden historiasta. Pelitutkijat Sandra Danilovic ja Alex de Voogt huomauttavat, että abstraktit pelit kyseenalaistavat ajatuksen siitä, että pelaajat vaikuttavat peliin ja toisinpäin, koska abstraktit pelit eivät muutu. Pelaajan tulkinnat ja konteksti eivät muuta pelin sääntöjä, eivätkä säännöt paljasta mitään pelin kulttuurisesta kontekstista. Peleistä voi kuitenkin olla eri kulttuureissa sääntövariaatioita, mutta esimerkiksi teeman muuttaminen tai poistaminen ei vaikuta vaikkapa shakin pelaamiseen. Abstraktit pelit ovat visuaalisesti joustavia, ja materiaalisuus taas ei ole niissä olennainen.⁷⁰

Danilovicin ja de Voogtin abstraktien pelien käsite koskettaa etenkin Kimblen alkuperäpeliiä *patsisia*, jonka ominaisuuksia on siirtynyt Kimbleen. Kimble ei kuitenkaan ole abstraktin pelin tavoin levinnyt yhtä laajalti kuin esimerkiksi shakki, ja toisaalta sen varhaisimmat alkuperäisversiot ja lisenssiversiot ovat selvästi kulttuurisesti kiinnittyneitä. Esimerkiksi varhaisissa perusversioissa pelikanteen on kuvattu perhe, kun taas myöhempien versioiden kansikuvassa on pelkkä pelilauta. Pelilauta itsessään on pitkälti säilynyt samana, ja sellaisenaan Kimble rikkoo kulttuurisia rajoja, sillä sitä voi pelata kielimuurista huolimatta.

⁶⁶ Ks. esim. Artikkelit I; Artikkelit II; Artikkelit IV.

⁶⁷ Mäyrä 2008, 55.

⁶⁸ Santana-Acuña 2020, 283–288.

⁶⁹ Ks. Saaren Kimble-arvostelu, www.lautapeliopas.fi.

⁷⁰ Danilovic & de Voogt 2021.

Pelitutkija Jason Begy on tarkastellut sitä, miten pelit toimivat kulttuurisena muistina (eivät pelkästään historiallisina representaatioina) simuloimalla historiallisesti sijoitettavia rakennettuja metaforia eli abstrakteja asioita kuten esimerkiksi ajan ja paikan kokemisen muuttumista rautatien rakentamisen jälkeen. (Lauta)Pelit vaikuttavat siihen, miten kulttuuri ajattelee ja muistaa menneisyytensä. Begy muistuttaa, että *miten* peliä pelataan on aivan yhtä tärkeää kuin sen materiaaliset aspektit (etenkin silloin, kun analysoidaan, miten lautapelit rakentavat ja säilyttävät kulttuurista muistia). Pelit pystyvät kulttuuriseen työhön siten, että ne heijastavat kulttuurinsa ajatuksia menneestä. Pelit ovat kulttuurisesti sijoittuneita.⁷¹ Kimblen perusversioiden perhekevät viittaavat 1960–1970-lukujen perheihanteisiin, mutta samoista versioista myöhemmin 2000–2010-luvuilla ilmestyneet toisinnot kertovat pikemminkin retron kaupallisesta kulutuksesta kuin ajan perheihanteista.

Antropologi Thomas M. Malabyn mukaan jokainen peli on käynnissä oleva prosessi, jossa voi syntyä uusia merkityksiä ja käytäntöjä. Peliä ei voi pelkistää vain sen sääntöihin, koska mikä tahansa yksittäinen hetki tai elementti voi muuttaa sitä, miten peliä pelataan. Malabyn mukaan millä tahansa pelillä voi olla merkittäviä sosiaalisia ja kulttuurisia seuraamuksia.⁷² Myös pelitutkija ja -suunnittelija Mary Flanaganin tutkimuksen taustalla on ollut ajatus siitä, että lautapelit yleensäkin heijastavat kulttuuriamme ja sen normeja. Esimerkiksi syyt pelinappuloiden abstrakteille muodoille ovat liittyneet uskontoihin ja käsityksiin jumalkuvien esittämisestä, kun taas voimakkaiden naishallitsijoiden myötä keskiajalla esimerkiksi shakin kuningattaresta tuli vahvin pelinappula. Myös *Go*-peliä on käytetty poliittisten ja sosiaalisten kysymysten esiintuomisessa.⁷³ Nykyään pelinappuloiden muotoihin vaikuttavat etenkin muoti ja lisenssisopimukset esimerkiksi peli- ja elokuvayhtiöiden välillä⁷⁴.

Vuoden 2017 artikkelissaan Begy on todennut, että materiaalisen kulttuurin tutkimuksen kiinnostus lautapeleihin on ollut vähäistä. Materiaalisuus ja sen vaikutukset pelaamiseen ovat kuitenkin kiinnostaneet pelitutkijoita jo jonkin aikaa. Esimerkiksi pelitutkija Melissa J. Rogersson ja kumppanit ovat kartoittaneet lautapelikokemuksen muodostumisen ulottuvuuksiksi sosiaalisuuden, intellektuaalisen haasteen, monimuotoisuuden ja vaihtelevuuden sekä materiaalisuuden. Materiaalisuus jakautuu vielä neljään osaan: pelilauta ja komponentit, pelipakkaus, lähipe- liympäristö ja kodin kustomointi.⁷⁵

⁷¹ Begy 2017.

⁷² Malaby 2007, 98, 102–103.

⁷³ Flanagan 2009, 63–116.

⁷⁴ Ks. esim. Heljakka 2011.

⁷⁵ Rogersson et al. 2016.

Lautapeliin materiaalisuus on pelaajille tärkeää, ja pelejä usein kustomoidaan, koska niitä arvostetaan ja niihin halutaan persoonallista tuntumaa. Kustomointi tarkoittaa uusien osien lisäämistä tai aiempien osien korvaamista usein kauniimmilla tai teemaan sopivammilla osilla. Harvoin kyse on pelin korjaamisesta, mutta tämä ei pidä täysin paikkaansa Kimblen kohdalla, jossa kadonneita pelinappuloita on korvattu suklaalla tai värjäämällä vanhoja nappuloita. Pelipakkaus on harrastajapiireissä tärkeä osa peliä, ja se vaikuttaa kodin sisustuksessa kuin myös pelin valinnassa. Myös uusien pelien tuoksut korostuvat harrastajapeleissä.⁷⁶ Yhtälailla nämä ulottuvuudet ovat osa Kimbleä, ja peliä koskevia käyttäjämuistoja voi analysoida vastaavien jakojen kautta. Oma tutkimukseni tuo tähän lisäksi mahdollisuuden erotella lautapelin pysyvät ja muuttuvat ominaisuudet toisistaan. Se tuo keskusteluun selkeiden materiaalien komponenttien lisäksi abstraktimmat materiaaliset ominaisuudet kuten kestävyys.⁷⁷ Käsittelen kestävyyttä tarkemmin alaluvussa 2.3.

Pelit ovat kulttuurisia systeemejä, joiden painotus on leikillisyyden ja pelaamisen kautta syntyvä merkityksellistäminen (merkitysten teko tai anto) ja kuvista, teksteistä, symboleista ja merkeistä syntyvien viestien tulkinta. Peliin kuuluu sääntöjen lisäksi paljon muutakin kuten sosiaalisia arvoja ja normeja, jotka eivät kuulu itse peliin mutta vaikuttavat siihen. Mäyrä viittaa siihen, että sama peli on erilaisella alustalla silti tavallaan sama peli, mutta materiaalivalinnoilla on vaikutusta pelikokemukseen, samoin myös pelaajan asenteella ja kyvyillä. Pelit vaativat jaetun kulttuurisen kehyksen, jotta niitä voisi ymmärtää. Mäyrän mukaan peli saa merkityksensä kunnolla vasta, kun pelaaja kokee sen jossain kulttuurisessa kontekstissa.⁷⁸

2.2 Kimble kulutuksen kohteena ja kuluttamalla tuotettuna

Käsitykset kulutuksesta ovat muuttuneet jatkuvasti. Jos aiemmin esimerkiksi kuluttajan on ajateltu olevan vain mainostajien ja voittoa tavoittelevien yritysten manipuloinnin tyhmä uhri, myöhemmin jalansijaa on saanut käsitys siitä, että ihmiset myös haluavat kuluttaa. Kuluttajan on nähty ohjaavan tuotantoa ja määräävän tuotteiden kohtalon. Kulutus on yksilön vapautta, haluja ja valintoja. Sen on ajateltu liittyvän merkkien ja symbolien kulutukseen tai identiteetin rakentamiseen, kun kulutusvalinnoillamme määrittelemme sitä, mitä haluamme olla. Kulutus on toisaalta myös normaalia, vaikkakin ladattu täyteen merkityksiä ja arvottamista. Esi-

⁷⁶ Rogerson et al. 2016.

⁷⁷ Ks. Artikkelit II; Artikkelit IV.

⁷⁸ Mäyrä 2008, 13–21.

merkiksi nykykulutus on siinä määrin valtavaa, että vastalauseena on syntynyt kulutuksen vähentämiseen, antikulutukseen ja yksinkertaiseen elämään liittyvää retoriikkaa ja elämäntapoja. Kuluttaminen on resurssien käyttöä, ja se tuottaa jätettä. Lisäksi syy tästä kaikesta lankeaa usein kuluttajien harteille.⁷⁹ Sosiologi Gabriel Yiannis ja ruokapolitiikan tutkija Tim Lang ovat kuitenkin todenneet, että todellisuudessa kulutuksen ongelmassa on kyse valtion säännöstelyn, yritysten käytäntöjen sekä kuluttajien välisistä yhteyksistä. Vastuu ei ole yksin kuluttajien.⁸⁰

Muun muassa televisiota ja kulutusta tutkinut Conrad Lodziak kritisoi myös yksilön syyllistämistä kulutuksen ongelmista. Hänen mukaansa kulutuksen lisääntyminen johtuu suunnitellusta vanhentamisesta sekä sosiaalisessa ja fyysisessä ympäristössämme että työajassa tapahtuneista muutoksista. Lodziak kirjoittaa institutionaalista kulutuksesta, jossa teollisuus, yritykset, liikkeet ja vastaavat kuluttavat ja jossa tavoitteena on taloudellinen hyöty ja imagon uudistaminen esimerkiksi vanhentamista hyödyntäen. Myös ympäristömme on muuttunut työn, asumisen, liikenteen ja kaupungistumisen myötä. Esimerkiksi huonosti järjestetty julkinen liikenne tai sen vähyys ohjaa kuluttajia yksityisautoiluun. Kaikki yksilön tarpeet eivät siten juonnu yksilöstä itsestään, vaan ne ovat rakentuneita eikä yksilö voi varsinaisesti kontrolloida niitä; kulutus ei tapahdukaan täysin vapaasta tahdosta. Tässä Lodziak näkee myös ihmisen perustarpeiden vanhentamista, kun niin sanotut selviytymiskulut kasvavat. Hän ehdottaakin institutionaalisen kulutuksen vähentämistä ja taloudellisen toiminnan rajoittamista kestävien välttämättömyyksiensä valmistukseen.⁸¹ Tätä kulutuksen taustaa vasten tarkastelen Kimbleä paitsi lautapelinä myös tuotteena, joka on valmistajalleen tärkeä liiketoiminnan kulmakivi. Valmistaja on myös valinnut tehdä Kimblestä kestävä, ja tästä huolimatta tai sen ansiosta pelin elinkaari tuotteena jatkuu.

Kulutuksen sosiologi Kaj Ilmonen on todennut, kuinka kulutuksen esineet (ja valinnat) eivät ole vain tarpeidemme kohteita, vaan osa meitä itseämme ja tunteitamme liikuttavia, olemista ohjaavia periaatteita. Tavara on osa yhteiskunnallista minuuttamme, ja siksi Ilmonen on peräänkuuluttanut kulutuksen ottamista vakavana (sosiologisena) tutkimuskohteena. Hän on nostanut esiin myös ongelman: mitä tulisi tutkia, kun tutkitaan kulutusta? Ilmonen nimittäin listaa kulutuksen olevan esimerkiksi ostamista, käyttämistä, tuhoamista, luomista ja siten hyvin monimuotoinen ilmiö, jota ei voi puristaa yhteen malliin tai näkökulmaan. Se on oma erityisalueensa talouden ja arkielämän leikkauspisteessä. Ilmonen toteaa, että perehtyminen kulutuksen kohteeseen, tavaraan, on avain kulutuksen erityisluonteen ymmärtämiseen. Tavara on luonteeltaan moniulotteinen, mikä tekee kulutuksen

⁷⁹ Lodziak 2000; Gabriel & Lang 2015, 1–23. Ks. myös Scott 2009, 150–153.

⁸⁰ Gabriel & Lang 2015, 23.

⁸¹ Lodziak 2000.

tutkimuksesta hankalaa eikä ole yhtä ensisijaista tapaa lähestyä sitä tutkimuskohdeena.⁸²

Tämä määritelmä on joustava ja antaa tutkijalle tilaa liikkua kulutuksen, tuotteiden ja tavaroiden kentällä myös muuna kuin sosiologina. Olen tähän alalukuun rajannut tarkastelun kohteeksi kulttuurituotannon ja -teollisuuden tutkimuksen keskeisimpiä käsitteitä, kulutuksen antropologista tutkimusta, suunniteltuun vanhentamiseen liittyvää tutkimusta sekä nostalgisen kulutuksen tutkimusta. Tätä teoreettista viitekehystä puoltaa etenkin tarve määrittellä Kimble tuotteena sekä oletukset suunnittelun vanhentamisen ja nostalgian rooleista uustuotantoprosessissa.

Määrittelin aiemmassa lautapeliluvussa Kimblen kaupalliseksi lautapeliklassikoksi. Käsitellen peliä myös kulttuurituotteena, mutta lähdän liikkeelle siitä, miten valmistaja sijoittuu kulttuuriteollisuuden kentälle. Esimerkiksi kulttuuripolitiikan tutkija Simo Häyrysen mukaan massakulttuurin tuottajalla ei ole välitöntä kontaktia kulttuurin vastaanottajaan. Ylipäänsä kulttuuriteollisuuden ominaisuuksiin liittyvät kaupallisuus ja muodin nopea kierto.⁸³ Muun muassa teollisuuden elinkaaria ja muutoksia tutkinut Mirva Peltoniemi on ehdottanut kulttuuriteollisuuden toimijoiksi niitä, jotka tuottavat luovia elementtejä sisältäviä kokemushyödykkeitä ja jotka suuntaavat nuo hyödykkeet massamarkkinoille. Nämä luovat elementit muodostuvat tarinoista ja tyyleistä, ja niiden merkitys on sekä viihteellisyydessä, identiteetin rakennuksessa että sosiaalisuuden ilmentämisessä.⁸⁴ Median, musiikin ja kulttuurin tutkija David Hesmondhalgh on määrittellyt kulttuuriyrityksiksi instituutiot, jotka osallistuvat sosiaalisten merkitysten tuotantoon. Kulttuurisia töitä (engl. cultural 'works') hän nimittää teksteiksi; kaikki kulttuuriset artefaktit ovat hänen mukaansa tekstejä, sillä ne ovat avoimia tulkinnalle, joskin tasapaino käytännöllisyyden ja kommunikoivien ulottuvuuksien kuten merkityksellistämisen välillä vaihtelee ja painottuu teksteissä kommunikaatioon.⁸⁵ Peliyhtiöt luetaan kulttuurituotantoon

⁸² Ilmonen 1993, 12–16; Ilmonen 2007, 66–78. Nämä Ilmonen teokset käsittelevät kumpikin kulutuksen sosiologiaa ja sisältävät osin samoja lukuja. Vuoden 1993 teoksen keskiössä olivat tavarat ja valinnat sekä huomio siitä, kuinka kulutus on usein alisteinen, muiden toimintojen seurausta yhteiskuntatieteissä. Vuonna 2007 ilmestyneessä teoksessaan *Johan on markkinat* Ilmonen korjasi ajatuksiaan, eikä "puolusta enää erillisen kulutuksen sosiologian olemassaoloa". Teoksen painotus on niissä kehyksissä, joissa tavara liikkuu ja valinnat toteutuvat. Toki Ilmonen painottaa edelleen, että kulutus on muutakin kuin valintaa ja ostamista ja kuinka esineen käyttö edellyttää sen omaksumista. Kulutus avaa näkökulmia sosiaaliseen todellisuuteen. (Ilmonen 1993, 11–16; Ilmonen 2007, 11–16.)

⁸³ Häyrynen 2015, 53–55,

⁸⁴ Peltoniemi 2015, 41–42. Kulttuuriyritysten määritelmä alkaisi siis niiden arvon luonteesta, joka voi olla esteettinen, symbolinen, viihteellinen ja kokeellinen.

⁸⁵ Hesmondhalgh 2007, 2, 11–13.

keskittyviksi yrityksiksi, ja ne sijoittuvat kulttuurin ja luovien alojen sektorin yhdeksi toimialaksi myös Unescon listauksissa⁸⁶.

Sekä Hesmondhalgh että Häyrynen nostavat esille sen, kuinka (etenkin digitaalisuuden myötä) kulttuurin tuotanto ja vastaanotto ovat kietoutuneet toisiinsa. Tuotanto ja kulutus eivät ole erillisiä osa-alueita, vaan erilaisia hetkiä yhdessä prosessissa. Kulttuurin kuluttajasta voikin tulla sen tuottaja. Tämä näkyy Häyrysen mukaan erilaisissa taideprojekteissa.⁸⁷ Tässä väitöskirjassani olen käsitellyt Kimble-lautapeliä sekä kulutuksen kohteena olevana että kuluttamalla tuotettuna tuotteena. Tämä käsittelytapa juontaa juurensa siitä, ettei valmistaja voi täysin kontrolloida tuotettaan sen jälkeen, kun käyttäjä hankkii sen itselleen, vaan tuote alkaa elää omaa elämäänsä⁸⁸. Kuten muotoilun tutkija Donald Norman on todennut, valmistajat eivät voi ennustaa kaikkia tuotteen käyttötapoja, mikä tekee jokaisesta käyttäjästä tavallaan myös tuotesuunnittelijan, kun muokkaamme esineiden käyttötarkoituksia⁸⁹. Käyttäjä voi paitsi pelata Kimbleä, leikkiä sillä, korvata pelinappulat suklaapaloilla, käyttää Kimbleä noppana muissa peleissä ja muokata peliä vaikeammaksi. Samalla näiden tapojen tullessa valmistajan tietoon valmistaja voi tuotteistaa niitä tai hyödyntää niitä markkinoinnissaan⁹⁰. Valmistaja ja käyttäjä tuottavat yhdessä pelille uusia versioita, käyttötapoja, jatkuvuutta ja pelin kulttuuria.

Kulutuksen antropologi Daniel Miller huomauttaa harhaoletuksesta, joka vaijaa kulutusta; se nähdään usein synonyymina massakulutukselle ja viittaa jonkin loppuun käyttämiseen tai tuhoamiseen (engl. consume). Kulutukseen liittyvät näkökulmat ovat moralisoivia, kun taas tuotanto assosioidaan luovuuteen ja arvon tuottamiseen.⁹¹ Tästä tietoisena olenkin valinnut puhua Kimblen käyttäjistä kuluttajien sijaan, ja pyrkinyt välttämään termiin liittyviä moralisoivia latauksia. Toisaalta myös esinetutkimuksella on ollut vaikutusta tähän, sillä käyttäjä mahdollistaa eri toimintatapoja.

Suunniteltu vanhentaminen on sekä kaupallinen että materiaallinen ilmiö, jonka tavoitteena on luoda jatkuvuutta kulutukselle. Vanhentamisen jakaminen vain jompaankumpaan kategoriaan on hankalaa, sillä toinen ei ole olemassa ilman toista;

⁸⁶ Häyrynen 2015, 155–157; Unesco 2015. Ks myös. Peltoniemi 2015, 41–42; Hesmondhalgh 2007, 12–13. Määritelmässä peliyhtiöiksi kirjataan digitaalisia pelejä tuottavat yhtiöt, mutta katson lautapelivalmistajien sisältyvän myös tähän määritelmään.

⁸⁷ Hesmondhalgh 2007, 36; Häyrynen 2015, 55.

⁸⁸ Ilmonen viittaa Georg Simmelin ajatukseen tavaroiden omasta elämästä, joskin Ilmonen toteaa tämän ilmenevän esimerkiksi siten, että olemassa oleva kulutus luo perusteita uusille kulutuksen muodoille eli autoilu vaikuttaa teihin ja kaupunkirakenteeseen (Ilmonen 1993, 14). Käsitellen ajatusta esineiden omasta elämästä myös materiaalisen kulttuurin tutkimuksen viitekehyksessä seuraavassa alaluvussa 2.3.

⁸⁹ Norman 2004, 6, 224–227.

⁹⁰ Ks. esim. Pääsiäis-Kimble 19.4.2019, www.facebook.com/kimble.fi.

⁹¹ Miller 2006, 341–342.

vanhentaminen lisää kulutusta, mutta vain tekemällä esineestä tavalla tai toisella tarpeettoman ja ei-toivotun. Yhteiskuntakriitikko ja vapaatutkija Giles Slade on todennut, että jo 1920-luvulla autoteollisuuden parissa huomattiin psykologisen vanhentamisen olevan halpaa tuottaa ja edistävän kulutusta parhaiten. Psykologinen vanhentaminen saa kuluttajat vaihtamaan tuotteensa uusiin, ennen kuin ne hajoavat. Jatkuva uusien, muodikkaiden ja näennäisesti paremmin toimivien tuotteiden sysääminen markkinoille herättää kuluttajassa halun hankkia uutta. Samalla vanhat tuotteet aiheuttavat häpeän ja nolouden tunteita.⁹²

Vanhentamisella on myös muita muotoja kuten teknologinen ja materiaallinen vanhentaminen, joista teknologinen vanhentaminen näyttäytyy usein hyödyllisenä ihmiskunnan kehityksen kannalta. Materiaallinen vanhentaminen (tai laadun heikentäminen) tarkoittaa heikompien valmistusmateriaalien ja -menetelmien valintaa valmistuksessa; tuotteesta tehdään valmiiksi heikko, jotta se myös hajoaisi käytössä nopeammin. Lisäksi tuotteen korjaamisesta voidaan tehdä kuluttajalle vaikeaa tai mahdotonta, jolloin on helpompaa ostaa uusi tuote tilalle.⁹³

Vanhentamisen käsitteistöä on tieteen saralla kehitelty jo usean vuosikymmenen ajan, sillä ilmiö itsessään elää ja muuttuu koko ajan⁹⁴. Monelle tutkimukselle yhteisiä piirteitä ovat vanhentamisen vaikutus ympäristö- ja jäteongelmiin sekä ilmastonmuutokseen. Ne ottavat tavalla tai toisella kantaa kestävään kehitykseen arvioimalla ja tarjoamalla ratkaisuja kulutuksen nykyiseen tilaan. Ratkaisuina voidaan pitää kestävämpiä ja pidempään toimivia tuotteita, kiertotaloutta, teollisuudessa ja markkinoinnissa tehtäviä ajattelutapojen muutoksia sekä lainsäädäntöä. Myös kuluttajat on nähty suurena syypäänä vanhentamisen mahdollistamiseen, koska jatkuva uuden tarve johtaa kysyntään, joka synnyttää tuotteet.⁹⁵

Kulutuksen näkökulmasta tuotteen elinkaari tarkoittaa hankintaa, käyttöä ja luopumista. Ympäristövaikutuksia puolestaan mitataan alkaen valmistusmateriaaleista ja päätyen jätteeseen.⁹⁶ Kommunikaatitieteiden tutkija Mark J. P. Wolf määrittelee (teknologisen) vanhenemisen neljän vaiheen kautta, mikä havainnollistaa myös teknologian mahdollista elinkaarta: Ensimmäisessä vaiheessa teknologia ei ole enää dominoiva, vaan paremmin toimiva toinen teknologia on korvannut sen.

⁹² Slade 2006, 4–5, 36, 50–55; Cooper 2010, 16–19.

⁹³ Slade 2006, 4–5, 264–266. Cooper 2010, 3–26. Ks. myös Packard 1960; Sihvonon 2014b.

⁹⁴ Ks. esim. Packard 1960; Slade 2006; Cooper 2010; Burns 2010; Sihvonon 2014a–b; Wolf 2019; Artikkelin IV. Cooper listaa useita muita tutkijoita ja heidän lähestymistapojaan suunniteltuun vanhentamiseen (Cooper 2010, 14–19).

⁹⁵ Ks. edellä. Kestävässä tuotteissa ongelmallisena on nähty energiaa tarpeettomasti kuluttavat, ehkä jopa vaaralliset tuotteet, jotka kuluttajien tulisi vaihtaa uusiin (Cooper 2010); Ks. myös markkinoinnista Peattie 2010.

⁹⁶ Cooper 2010, 9.

Toisessa vaiheessa teknologia ei ole enää massatuotannossa, sen tuotanto ja myynti eivät kannata enää, sitä voi olla vaikea löytää mistään ja tämä harvinaistuminen voi tulla ikävänä yllätyksenä kuluttajille, mikäli se tapahtuu nopeasti. Kolmannessa vaiheessa teknologiasta tulee harvinaisuus, keräilyn ja nostalgisoinnin kohde, jopa luksustavaraa siinä määrin, että se voi poikia jonkinlaisen markkinaraon itselleen ja olla kalliimpi kuin koskaan ennen. Neljännessä vaiheessa teknologia on lähes kadonnut, museoartefakti, josta on jäljellä muutama kappale, tarinoita tai jopa vain osia, emmekä tule koskaan täysin ymmärtämään, miten se on toiminut.⁹⁷

On selvää, etteivät kaikki teknologiat käy läpi näitä vaiheita, kaikista ei tule luksustuotteita ja nostalgiaa. Wolfin ajatuksena kuitenkin on, että teknologiat harvoin lakkaavat täysin olemasta eli vanhentaminen ei ole absoluuttista, sillä muutoin emme tietäisi niistä mitään. Vanhentaminen ei siis välttämättä merkitse kuolemaa, vaan lepo- tai horrostilaa.⁹⁸ Kuten olen jo aiemmin todennut, Kimble on kestävä tuote ja vastustaa vanhentamisen tyypillisimpiä lakeja. Sen elinkaari on sekä tuotteenä että esineenä pitkä. Tästä syystä olen esittänyt uudenlaista suunnitellun vanhentamisen termistöä sopimaan kestäviin tuotteisiin ja niiden elinkaariin. Vanhentamisen vaikutus ei siis ole kaikissa tuotteissa lopullinen vaan välivaihe, jonka jälkeen tuotteen elinkaari jatkuu.⁹⁹

Aiempi tutkimus on korostanut nostalgian roolia sekä tuotteiden elinkaareissa että kulutuskokemuksessa¹⁰⁰. Mediatutkija Anu Koivusen mukaan nostalgiaselitys onkin monesti houkuttelevin vaihtoehto, kun muunlaista selitystä ei ole tarjolla¹⁰¹. Nostalgia tarkoittaa yleisesti (positiivista tai katkeransuloista) kaipuuta jotakin itse koettua, mutta menetettyä kohtaan, joskin kaipuun kohteen muistelu voi olla valikoivaa; yleensä negatiiviset asiat unohdetaan nostalgisoidessa ja muistellaan vain asian positiivisia puolia. Nostalgia voi olla myös niin sanottua nojatuolinostalgiaa ja kaupallista nostalgiaa, eli nostalgisoinnin kohdetta ei ole itse koettu ja sillä hoidellaan kuluttamaan. Esimerkiksi muodissa näkyvä aiempien vuosikymmenten tyylien paluu on nostalgian sävyttämää.¹⁰² Yksi syy menneen kulutukseen tai sen harrastamiseen voi olla tyytymättömyys nykyhetkeen sekä menneen tuntuminen vakaalta ja turvalliselta¹⁰³. Koivunen huomauttaa, että nostalginen diskurssi ohjaa

⁹⁷ Wolf 2019, XIV–XVII. Katson, että Wolfin määrittelemät vaiheet ovat hyödyllisiä myös muiden kuin teknologioiden ja teknologisten tuotteiden tarkastelussa. Lautapeli voi kohdata samanlaisen vanhentamisen kaaren.

⁹⁸ Wolf 2019, XIV–XVII, 385.

⁹⁹ Ks. Artikkelin IV.

¹⁰⁰ Davis 1979; Grainge 2000; Armstead & McKinney 2022.

¹⁰¹ Koivunen 2001, 324.

¹⁰² Koivunen 2001; Korkiakangas 2001; Boym 2001; Armstead & McKinney 2022. Myös Paul Grainge on todennut, että yritykset selittää nostalgista tyyliä yksinkertaisesti asioita (Grainge 2000).

¹⁰³ Ks. esim. Armstead & McKinney 2022.

etsimään murroksia ja kriisejä. Nostalgia kuitenkin pikemminkin tuottaa kohteensa kuin kiinnittyy mihinkään syyhyn. Se on siten kysymys, ei selitys.¹⁰⁴ Vaikka esimerkiksi vinyylilevyä tarkasteltaessa oletus kriisistä (cd:n tulo) voi toimia, Richard Osborne on tunnistanut useita tekijöitä vinyylilevyn elpymisen taustalla. Näistä yksi on ollut cd-levyn tuottama musiikkikokemus, joka oli vinyyliin verrattuna liian puhdas. Vinyylilevyn fyysisten ominaisuuksien takia syntyvä rätinä on mielletty osaksi autenttisempaa musiikkikokemusta. Vinyyli on Osbornen mukaan hyvä esimerkki siitä, että ikääntymisprosessi voi olla hyvä asia.¹⁰⁵

Etnologi Pirjo Korkiakangas on esineiden osalta todennut, että muistelua muokkaavat perspektiivi, aika ja konteksti. Joitain esineitä muistellaan nostalgisoiden, osa unohdetaan.¹⁰⁶ Monet käyttäjät kertoivatkin hyvistä lapsuuden pelikokemuksista Kimblen parissa. He halusivat luoda niitä myös omille lapsilleen, siirtää pelin seuraavalle sukupolvelle. Vaikka nostalgia sävyttää muistoja ja ohjaa motiiveja, sitä ei voi siirtää toiselle, pelin voi. Mirva Peltoniemi on puolestaan huomauttanut, että kulttuuriteollisuuden tutkimuksen yhtenä tarkoituksena tuotetasolla on selvittää syitä sille, miksi toiset tuotteet päätyvät kuluttajamarkkinoille ja toiset eivät. Hän ehdottaa jatkotutkimuksena selvityksiä siitä, miten valikoituminen tapahtuu.¹⁰⁷ Näihin kysymyksiin ei voi vastata pelkällä nostalgialla, sillä kaikkia kulttuurituotteita ei nostalgisoida ja silti ne menestyvät.

2.3 Kimble esineenä

Kimblen esineys on pitkälti kytköksissä sen rooliin lautapelinä. Kun ajattelemme Kimbleä, mieleen tulevat ensimmäisenä pelimuistot. Muistamme vatsanpohjassa tuntuvan jännityksen, pettymyksen karvaan tunteen sekä voitonriemun. Nämä muistot, kuten esineiden olemassaolokin, konkretisoituvat aistiemme ja ruumiillisuutemme kautta; katsomme, koskemme, haistamme ja jopa maistamme esineitä. Muistamme mielessämme Kimblen pelilaudan ja nappuloiden muodot sekä Pop-omatic-kuvun, kupuun liittyvän paukkeen ja miltä sen napauttaminen tuntui. Kenties täysin uuteen Kimbleen liittyy myös tuore muovin tuoksu. Kimblestä puhuttaessa ajatuksemme kiinnittyvät nopeasti paitsi Kimbleen fyysisenä esineenä myös sen virallisiin ja kirjoittamattomiin sääntöihin; silmäluvulla kuusi saa sekä lähteä liikkeelle että myös uuden painallusvuoron ja omaa vuoroa tulee odottaa. Tiedämme heti, millaisesta sääntökoodistosta puhutaan, kun puhumme Kimblestä. Sosiologi

¹⁰⁴ Koivunen 2001, 344–345.

¹⁰⁵ Osborne 2019. Osborne listaa myös kosketeltavuuden, kansikuvataiteen, artistit ja yhtyeet sekä kohderyhmät tekijöiksi, jotka ovat edesauttaneet vinyylin elpymistä.

¹⁰⁶ Korkiakangas 2001, 75–77.

¹⁰⁷ Peltoniemi 2015, 42, 57.

Sherry Turkle muistuttaakin esineiden rooleista tunne-elämämme kumppaneina ja ajatustemme herättäjinä. Esineet ovat keskeinen osa ajatteluamme.¹⁰⁸

Edellisessä alaluvussa mainittu Millerin esittämä harha-ajatus kulutuksesta vain negatiivisena ja moralisoitavana toimintana on kytköksissä myös materialismiin. Millerin mukaan materialismi edustaa kiintymystä objekteihin yli ihmisen tai ihmisen kustannuksella. Etenkin omalle ajallemme on tyypillistä pyrkimys eroon materiaasta.¹⁰⁹ Materiaalisen kulttuurin tutkija Christopher Tilley'n mukaan materiaalisen kulttuurin tutkimukset muodostavat hajaantuneen ja kartoittaman monitieteellisen tutkimuskentän, jossa materiaalisuuden käsite on sekä lähtökohta että oikeutus tutkimukselle. Materia on olennainen osa kulttuuria, vaikka se on nähty myös kulttuurin vastakohtana. Materiaalisuus sinänsä on Tilley'n mukaan heterogeeninen ja moniselitteinen, ja tutkimuksen lähtökohtana voi olla esine tai ihminen. Ennen kaikkea tutkimus on pyrkinyt haastamaan käsityksen esineiden staattisuudesta ja elottomuudesta. Esineet ovat esimerkiksi materiaalisesti olemassa, niillä on merkitystä maailmassa ilman ihmisen vaikutusta niihin (tällaisia ovat esimerkiksi luonnonkappaleet kuten kivet ja vuoret), ne liittyvät tiedostamattomiin rakenteisiin ja niillä on suhde ihmiskehoon.¹¹⁰

Kuten sanottu esinetutkimuksessa on jo pitkään vaikuttanut ajatus esineiden omasta aktiivisuudesta ja toimijuudesta¹¹¹. Antropologi Arjun Appadurai esitti 1980-luvulla *The Social Life of Things* -teoksessa tunnetun ajatuksensa siitä, että seuraamalla esineen kulkureittejä voimme kartoittaa esineitä ohjaavia inhimillisiä tekijöitä. Esineillä on monia identiteettejä, ja hyödyke on vain yksi niistä.¹¹² Samassa teoksessa Appadurain kanssa antropologi Igor Kopytoff kirjoitti esineiden eri biografiaista eli elämäkerroista, joita esine saa elämänsä aikana ihmisen tapaan¹¹³. Kimble ei ole vain käyttäjiensä katseen tai mielivaltaisen toiminnan kohde, stabiili esine, vaan käyttötapojen ja inhimillisen kokemusmaailman lisäksi sillä on omaa toimijuutta. Esineet voivat siis muokata ja ohjata ihmistä¹¹⁴. Esimerkiksi toisessa väitöskirja-artikkelissani viittaan siihen, miten esineen omat ominaisuudet ohjaavat suhdetta käyttäjään syventäen sitä tai tuoden pinnalle negatiivisia tuntei-

¹⁰⁸ Turkle 2007, 4–5.

¹⁰⁹ Miller 2006, 343–344.

¹¹⁰ Tilley 2006, 1–4.

¹¹¹ Mäkikalli 2010, 9–12; Hoskins 2006; Ks. myös Kinnunen 2017, 192.

¹¹² Appadurai 1986; Hoskins 2006; Ks. myös Lehtonen 2015, 97.

¹¹³ Kopytoff 1986; Hoskins 2006; Kopytoff kirjoitti, että esineille voi esittää kysymyksiä kuten, mistä se on peräisin ja mitkä ovat merkittäviä hetkiä sen elämässä (Kopytoff 1986, 66–67).

¹¹⁴ Ks. Mäkikalli 2010, 12.

ta¹¹⁵. Kolmas väitöskirja-artikkelini puolestaan palvelee esimerkkinä yhdestä Kimblen saamasta elämäkerrasta¹¹⁶.

Toimijuus kytkeytyy osaksi uusmaterialismia, joka on yksi materiaalisen kulttuurin tutkimussuunta. Uusmaterialismi pyristelee eroon tavanomaisesta dualistisesta asetelmasta materian ja hengen, kehon ja sielun välillä. Siinä korostuvat yhtäläillä aineellisten tekijöiden aktiivisuus ja osuus vuorovaikutuksessa, mutta myös inhimillisyyden materiaalisuus sekä useiden eri materiaalisuuksien välinen kytkeytyminen toisiinsa.¹¹⁷ Sosiologi Turo-Kimmo Lehtonen on teoksessaan *Aineellinen yhteisö* nostanut esille nykypäivän materialismiin liittyviä piirteitä kuten loputtoman uusien asioiden haluamisen, kaupallisuuden ja toisaalta tarpeen päästä eroon turhasta tavarasta. Hän ei kuitenkaan halua asettaa kulutuksen ongelmaa lähtökohdaksi, vaan kysyy, miten yhdessä oleminen rakentuu materiaalisuuksien ja tavaroiden kanssa. Lehtonen kirjoittaa aineellisesta yhteisöstä, jossa on kyse ihmisten, asioiden ja esineiden välittyneisyydestä sekä siitä, kuinka materiaalisuus ei ole vain jotakin ihmisen ulkopuolella olevaa vaan myös osa ihmistä.¹¹⁸ Ihminen ja esine vaikuttavat toinen toiseensa¹¹⁹, ja joskus rajanveto niiden välillä onkin vaikeaa. Kimblessä tämä kulminoituu Pop-o-matic-muovikupuun, jonka toimijuuteen kuuluu erilaisten tuntemusten sekoittuminen ihmiskehossa; ääni voi tuntua kosketuksena¹²⁰.

Materiaalisen kulttuurin tutkimuksen kohteita ovat siten ihmisten ja esineiden väliset suhteet. Materiaalinen kulttuuri muokkaa ihmisten kokemusmaailmaa.¹²¹ Miller toteaaakin, että materiaalisen kulttuurin tutkimusten tavoite on objektien erityisyyttä tutkimalla luoda ymmärrystä inhimillisyyden ja materiaalisuuden erottamattomasta kytköksestä. Hyödyke itsessään on Millerin mukaan se, joka muodostaa suhteen itsensä ja sen kanssa toimivien ihmisten välillä, mutta myös niiden kanssa, jotka kytkeytyvät siihen epäsuorasti.¹²² Lautapeliin toimijuuteen kuuluu tuoda käyttäjiä yhteen, ja ne ilmentävät monisäikeisiä ihmissuhteita; niiden ympärillä tapahtuu iloa ja voitonriemua, riitoja ja itkua, oppimista ja nöyrymistä. Etenkin Kimble paukkeineen vaikuttaa myös sitä ei-pelaaviin käyttäjiin, jotka joutuvat kuuntelemaan pelistä ja pelitilanteesta lähteviä ääniä. Antropologi Janet Hoskins korostaakin, kuinka materiaalisen kulttuurin tutkimuksessa on

¹¹⁵ Artikkelii II.

¹¹⁶ Artikkelii III.

¹¹⁷ Saari & Harni 2014, 42–43; Lehtonen 2015, 22–29; Gamble, Hanan & Nail 2019.

¹¹⁸ Lehtonen 2015, 11–14, 33–35.

¹¹⁹ Tilley 2006.

¹²⁰ Ks. Artikkelii II.

¹²¹ Mäkikalli 2010, 9–10.

¹²² Miller 2006, 348–350.

keskitytty siihen, miten esineet aktiivisesti muodostavat uusia sosiaalisia konteksteja¹²³.

Pelkkä esineys ei kuitenkaan riitä. Kimbleä ei olisi ilman valmistajaansa ja käyttäjiään. Lehtonen muistuttaa, että vaikka tavarat eivät ole neutraaleja, ne eivät ole itsenäisesti toimiviakaan. Esineiden luonne on erilainen eri käyttöyhteyksissä.¹²⁴ Sosiologi Veera Kinnunen kuvaa väitöskirjaprosessissaan seuranneensa sekä esinettä, toimijoita että materiaaleja, sillä vain yhden kuten esineen ja sen elämäkertojen seuraaminen ei riitä. Kappale tarvitsee esineistäjän muuttuakseen esineeksi, eli suhde ihmiseen tekee esineen.¹²⁵ Eri käyttötavat ovat siis olemassa Kimblesä, mutta ne avautuvat käyttäjän kautta¹²⁶. Käyttäjän toiminnan tarkastelu on ollut keskeinen osa esimerkiksi kolmannessa väitöskirja-artikkelissani, jossa kokonainen yhteisö ja käyttökulttuuri nivoutuvat yhteen tuotteeseen ja jossa syntyy tuotteen yksi elämäkerta¹²⁷.

Tarkemmin Kinnusen väitöskirja käsittelee arkisia esinesuhteita säilyttämisen ja luopumisen välisessä jännitteessä, joka syntyy muuttaessa. Kinnunen peräänkuuluttaa kysymään, miten esineiden kanssa eletään ja mitkä ovat poissulkemisen käytäntöjä. Muutto paljastaa aktiiviset ja unohdetut esineet. Kinnunen näkee esinesuhteet kysymyksinä säilyttämisestä ja luopumisesta sekä hoivasta ja vastuusta. Hän ehdottaa esinesuhteiden näkemistä vastavuoroisten hoivasuhteiden verkostona, jossa esineet tukevat ihmiselämää ja ihminen vastaavasti huoltaa esineitään.¹²⁸ Ongelmalliseksi huoltamisen tekee kuitenkin esineiden heikko laatu ja uusien esineiden jatkuva tulva.

Suunnitellun vanhentamisen muodoista laadun ja materiaalisuuden vanhentaminen koskettavat erityisesti esinettä ja sen fyysisiä ominaisuuksia, ja nämä ovat yhteydessä myös psykologiseen vanhentamiseen: kun tavara tai vaate kuluu, se saattaa muuttua käyttäjän mielestä epämiellyttäväksi¹²⁹. Kimble on kuitenkin esitetty fyysisesti kestäväksi tuotteeksi¹³⁰, ja se on siten myös esineenä kestävä. Kestävyys (engl. durability) tarkoittaa kestävän suunnittelun ja kulutuksen tutkija Tim Cooperin mukaan *tuotteen* toimintakykyä normaaleissa olosuhteissa tietyn oletetun ajan ilman erityistä ylläpitoa ja huoltoa. Sillä mitataan *tuotteen* toimivuuden kestoa.

¹²³ Hoskins 2006, 74–75. Myös Miller on todennut, että kulutus luo uusia sosiaalisia ryhmiä kuten esimerkiksi moottoripyörän ympärille syntyneet moottoripyöräkerhot. (Miller 2006, 348.)

¹²⁴ Lehtonen 2015, 29.

¹²⁵ Kinnunen 2017, 34–38.

¹²⁶ Ks. Artikkelii II.

¹²⁷ Ks. Artikkelii III.

¹²⁸ Kinnunen 2017, 19–24, 188–19

¹²⁹ Ks. laadun vanhentamisesta Packard 1960 ja psykologisesta vanhentamisesta Slade 2006. Ks. myös Sihvonon 2014ab.

¹³⁰ Ks. Artikkelii II.

Kestävyyttä määrittävät siis suunnittelutyö ja valmistus, kun taas *tuotteen* pitkäikäisyys (longevity) kuvaa *tuotteen* koko elinkaarta, johon vaikuttavat käyttäjän käytös ja sosiokulttuuriset tekijät kuten tuotteen korjattavuus ja huolto sekä osien uusiokäyttö.¹³¹ Esineen elinkaari määrittyy esimerkiksi kulttuuriantropologi Ilmari Vesterisen mukaan esineen syntymästä kuolemaan eli esineen valmistushetkestä sen olemassaolon katoamiseen. Vesterinen sisällyttää elinkaareen elämäkerran, joita kuitenkin kaikki esineet eivät saa. Esineen elämäkerralla Vesterinen tarkoittaa "oikeutta tulla säilytetyksi kollektiivin muistissa ainakin jonkin aikaa".¹³²

Vaikka esineillä ja tuotteilla on elinkaari, käytän elinkaarien sijaan tässä termiä suhde. Katson edellä olevan Vesterisen määritelmän viittaavan *kestävään esinesuhteeseen*, joka tarkoittaa yksilöllistä, jokaisen käyttäjän omaa erityistä suhdetta esineeseen. Tämä on jatkoa toiselle väitöskirja-artikkelilleni, jossa käsittelen käyttäjä-esinesuhteen syventymistä esineen pysyvien ominaisuuksien välityksellä.¹³³ *Tuotesuhde* on puolestaan kollektiivista, usean käyttäjän jakamaa luottamusta tiettyyn tuotteeseen, jonka katson syntyvän muun muassa siitä, että tuote on esineenä kestävä ja toimiva. Neljäs väitöskirja-artikkelini osallistuu tähän keskusteluun, sillä siinä yhdistyvät hitaat suunnitellun vanhentamisen muodot sekä yksittäisten Kimble-versioiden pitkäikäisyys¹³⁴. Vaikka nämä suhteet kehittyvät uustuotantoprosessin myötä, on syytä pohtia myös muita mahdollisia työkaluja niiden tutkimukseen.

Esimerkiksi Tiina Männistö-Funk ehdottaa esinetutkimuksen työkaluksi *rykelmiä*. Rykelmät ovat hänen mukaansa "materiaalisten esineiden, olentojen, paikkojen ja muiden aistittavien ilmiöiden joukko, jonka läsnäoloon ja toimintaan tietty menneisyyden toistuva, ajalliselta kestoltaan rajallinen tilanne tai tapahtuma on perustunut"¹³⁵. Esimerkkinä Männistö-Funk kuvailee 1930-luvun maaseudun ajanviettotapoja kuten tansseja ja niihin liittyviä polkupyörämatkoja. Rykelmä muodostuu eri osista, jotka eivät ole passiivisia ja joilla saattaa olla ruumiilliseen tietämykseen pohjautuva sanaton merkityksensä. Käsite auttaa tutkijaa ymmärtämään esineympäristöä kokonaisvaltaisemmin, ja rykelmien tarkastelu nostaa esiin eri toimijoiden vaikutuksia ja siten suunnittelemtomia käyttötapoja ja ominaisuuksia.¹³⁶ Rykelmän käsite on oivallinen kuvaamaan etenkin lautapelitilannetta, jossa vaikuttavat itse pelin kaikki osat sekä pelaajat kehoineen. Kimblen juomapelikäyttökulttuuri sekä opiskelijakulttuuri laajentavat tätä rykelmää tuoden siihen juomatölkit, muokatut pelilaudat, ulkoilman, opiskelijahaalarit ja muut peliin liittyvät vaat-

¹³¹ Cooper 2010, 8. Cooper kirjoittaa tuotteista, vaikka tuotetta ei voi tehdä kestäväksi vaikuttamatta sen materiaalisiin ominaisuuksiin esineenä.

¹³² Vesterinen 2001, 33.

¹³³ Artikkelii II.

¹³⁴ Artikkelii IV.

¹³⁵ Männistö-Funk 2016, 179.

¹³⁶ Männistö-Funk 2016.

teet¹³⁷. Opiskelijakulttuurin Kimble-rykelmässä itse muokatut peliversiot vaikuttavat esimerkiksi pelitilanteen intiimiyteen; pelataanko sisätiloissa pöydän äärellä vai ulkona parkkipaikalla.

Myös esinetutkija Anna Kajander on kirjaa ja lukemisen muotoja käsittelevässä väitöskirjassaan tuonut esiin ajatuksen, kuinka kirjan muoto ja merkitys kytkeytyvät laajempaan kokonaisuuteen, joka muodostuu kirjojen etsimisestä, löytämisestä, valikoimisesta ja säilyttämisestä. Kirjojen muuttuvaa esineellisyyttä on havainnollistanut esimerkiksi kirjan muuntuminen erilaisiin digitaalisiin muotoihin. Lukeminen taas laajentuu kulttuuriseksi ja keholliseksi ilmiöksi, ja suhde kirjaan muodostuu useista eri osista, joihin kuuluvat paitsi aistikokemukset myös lukijan suhtautuminen kirjaan esineenä.¹³⁸ Esimerkiksi käyttäjän omat esteettiset mieltymykset, herkkyys äänille, (mitkä tahansa) aiemmat pelikokemukset sekä kyky sietää tappiota liittyvät käyttäjien yksilölliseen Kimble-suhteeseen. Laajemmin tarkasteltuna kokonaisuuteen liittyvät myös pelin välittäminen sukupolvelta toiselle ja kollektiivisesti jaetut, toisiaan lähestyvät Kimble-kokemukset.

Lehtonen huomauttaa, että tutkimusalojen sisällä jää usein määrittelemättä se, mitä aineellisuudella tarkoitetaan. Aineen määrittäminen negatiivisesti kieleen, eihimillisyys sekä oletukset pysyvyydestä ovat olleet materiaalisen kulttuurin tutkimuksen määrittäviä tekijöitä.¹³⁹ Olen tässä luvussa pyrkinyt tuomaan esille Kimblen eri ulottuvuuksia lautapelinä, tuotteena ja esineenä, jotka muodostavat pelin toimijuuden. Katson aineellisuuden tarkoittavan Kimblen kohdalla paitsi fyysistä esinettä ja sen alkuperäistä käyttötarkoitusta, myös pelin abstrakteja, symbolisia merkityksiä, jotka osallistuvat kulttuurimme muokkaamiseen.

¹³⁷ Ks. esim. Sihvonen 2018b. Opiskelijat kertovat käyttävänsä ponchon kaltaisia asusteita, joita he nimittävät Pozhoiksi.

¹³⁸ Kajander 2020, 189–204.

¹³⁹ Lehtonen 2015, 22–29.

3 Tutkimuksen aineistot, menetelmät ja eettisyys

Uustuotantoprosessin perusteellinen tutkiminen edellyttää erilaisten aineistojen ja menetelmien yhdistämistä, ja aineiston tulisi perustua ensikäden tietoon¹⁴⁰. Teorian rakentamisen kannalta tutkimusaineiston tulee muodostua kolmesta näkökulmasta: valmistajan, käyttäjien sekä tuotteen. Tässä väitöskirjatutkimuksessani valmistajan näkökulmaa edustavat viisi asiantuntijahaastattelua. Käyttäjänäkökulma muodostuu yhden verkkokyselyn vastauksista sekä yhdestä opiskelijahaastattelusta. Jako kolmeen näkökulmaan on karkea, sillä sekä valmistajan että käyttäjien näkökulmat leikkautuvat tuotteessa. Tuotteen näkökulmalla tarkoitankin fyysisiä tuoteversioita, jotka olen dokumentoinut tätä tutkimusta varten. Aineiston neljäntenä ulottuvuutena on esineen lähiluku. Käytännössä se on tarkoittanut osallistumista Kimble-aiheisiin tapahtumiin, Kimblen pelaamista ja pelaamisen havainnointia, ja olen siten hahmottanut Kimblen luonteen eri vivahteita. Selvennän tätä luvussa 3.5. Viimeisenä käsittelen väitöskirjaani liittyviä tutkimuseettisiä kysymyksiä.

3.1 Triangulaatio

Tutkimusaineisto on karttunut vähitellen tutkimuksen täsmentyessä. Hyödynnän tutkimuksessani triangulaatiota, joka tarkoittaa useiden erilaisten tutkimusaineistojen, -menetelmien ja/tai -teorioiden ja joissakin tapauksissa myös useamman tutkijan yhdistämistä samassa tutkimuksessa. Yhteiskunta- ja kasvatustieteilijöiden Jari Eskolan ja Juha Suorannan mukaan triangulaation käyttöä perustellaan yleensä

¹⁴⁰ Uustuotantoprosessin alustava teoria perustuu Disneyn Lumikki-elokuvaan, jonka tarkastelu on keskittynyt tuotteeseen ja valmistajaan: tuotetta edustivat suomalaiset lehtikirjoitukset sekä kahden Internet-tietokannan julkaisutiedot. Valmistajanäkökulma muodostui valmistajasta kertovista niin biografioista kuin kriittisistä tutkimuksista. Tämänkaltaisen tutkimusaineisto on kuitenkin uustuotantoprosessin kannalta tynkä. Valmistajan näkökulmaa edustivat tuolloin toissijaiset lähteet, enkä huomioinut lainkaan käyttäjänäkökulmaa. Toisaalta toissijaisista lähteistä voi olla hyötyä tutkimuksen alkuvaiheessa, kun tutkija kartoittaa mahdollisia uustuotantoprosesseja. (Ks. Sihvonen 2014a.)

luotettavuusvirheen korjaamisella ja sillä, ettei yksittäisillä menetelmillä välttämättä saada kattavaa kuvausta tutkimuskohteesta.¹⁴¹ Toisaalta digitaalisen kulttuurin ja mediaurheilun tutkija Riikka Turtiaisen mukaan nykytutkimuksessa triangulaatiolla kuvataan yhdistämistä laajemmassa merkityksessä. Mahdollisten ristiriitaisuuksien paljastuminen ei horjuta tutkimusta, vaan pikemminkin kertoo ilmiöstä itsestään.¹⁴² Näin on tässäkin tutkimuksessa. En pyri väitöskirjatutkimuksessani paikkaamaan luotettavuusvirhettä, vaan moniosainen aineisto on ollut sekä välttämätön että luonnollinen: uustuotantoprosessin kuvaus edellyttää kaikkien siihen osallistuvien toimijoiden tunnistamista ja huomioimista. Koska myös tuotetta itseään voi tarkastella monitieteisesti, on triangulaatio perusteltu valinta.

Jaakko Suomisen mukaan triangulaatiossa on kyse tutkimuksellisesta moninäkökulmaisuudesta. Hän listaa useita, myös omaa tutkimustani hyvin kuvaavia syitä triangulaation käyttöön kuten tieteenala, jolla ei ole vielä ole vakiintunutta tutkimusnäkökulmaa. Tavoitteena voi myös olla kokonaisvaltainen tulkinta tutkimuskohteesta tai pyrkimys kehittää käytetyistä aineksista jotakin uutta. Hyvin usein Suomisen mukaan on kyse myös artikkeliväitöskirjasta, jossa tutkija joutuu sopeutumaan eri julkaisutahojen tyyleihin ja liikkumaan oppiaineiden ja tieteenalojen rajapinnoilla.¹⁴³ Omaa tutkimustani kuvastaa etenkin pyrkimys kehittää käytetyistä aineksista jotakin uutta, mutta myös artikkeliväitöskirjan muoto on vaikuttanut lähestymistapaan. Olisin kuitenkin tarkastellut uustuotantoprosessia kolmesta eri aineisto- ja teorianäkökulmasta, vaikka olisin tehnyt monografian.

Triangulaation tarkastelussa nousee toisinaan esiin myös monipaikkaisuuden (engl. multi-sited) käsite. Sosiologian ja kommunikaatitieteiden tutkija Paula Saukon mukaan etnografiassa monipaikkaisuus tarkoittaa käytäntöä tutkia minkä tahansa ilmiön muotoja useissa eri paikoissa. Sen tarkoituksena on osoittaa, ettei sosiaalista ilmiötä voi pelkistää johonkin, vaan se muuttuu, kun tarkastelunäkökulmat muuttuvat. Sen avulla voi myös tunnistaa ilmiön laajemmassa, jopa globaalissa, kontekstissa sekä sen yhtymäkohdat muihin sosiaalisiin prosesseihin.¹⁴⁴ Riikka Turtiainen on omassa väitöskirjassaan nostanut esiin triangulaation ja monipaikkaisuuden suhteen. Hänen mukaansa ne voivat lähestyä toinen toistaan, kuvata tutkimuksen moninäkökulmaisuuksia, mutta ne eivät ole tutkimuksen itseisarvo. Turtiainen muistuttaa, että erilaisten tutkimusainesten valintaa ja yhdistelyä on aina perusteltava, muutoin yhteen sopimattomien osa-alueiden sovittaminen näyttäytyy väkinäisenä. Hän itse perustelee triangulaation käyttöä omassa tutkimuksessaan

¹⁴¹ Eskola & Suoranta 2014, 69–70. Ks. triangulaatiosta myös Denzin 1978.

¹⁴² Turtiainen 2012, 42.

¹⁴³ Suominen 2010a; Suominen 2010b; Suominen 2013.

¹⁴⁴ Saukko 2003, 176–197; Ks. myös Turtiainen 2012, 42–44.

näkökulmien täydentämisellä; aineistot ovat tukeneet toisiaan ja syventäneet tarkasteltavia asioita.¹⁴⁵

Jaakko Suominen varoittaa, että triangulaatio voidaan tulkita myös puutteelliseksi osaamiseksi; tutkija ei osaa rajata tutkimustaan. Tutkija voi myös innoissaan kokeilla kaikkea eikä tunne riittävän hyvin erilaisia teorioita ja menetelmiä. Ratkaisuksi Suominen ehdottaa triangulaatiomatriisia, jossa on kyse teoreettis-metodologisesta leikistä. Sen tarkoituksena on taulukon avulla esitellä tutkimuksen menetelmät, teoreettiset taustat, aineistot ja muut taustatiedot. Myös tutkimuskysymykset voi esitellä taulukossa.¹⁴⁶ Suomisen triangulaatiomatriisi, ja ylipäänsä triangulaation käyttö, on yleistynyt ja ehkä jopa alkanut vakiintua digitaalisen kulttuurin oppiaineen tutkimuksissa tutkimukselliseksi lähestymistavaksi¹⁴⁷. Olen soveltanut Suomisen esittämää mallia lisäten siihen tutkimuskysymykset Suomisen ehdotuksen mukaan sekä artikkelien kirjoittajan/kirjoittajat. Taulukko 1 osoittaa aineistojen, tutkimuskysymysten ja artikkelien välisen suhteen. Suominen huomauttaa, että jokaiseen sarakkeeseen ei välttämättä tarvitse kirjata tietoa, vaan ne voi kirjata kunkin kohdan painotuksen mukaan.¹⁴⁸

Väitöskirjatutkimuksessani triangulaatio perustuu erilaisten aineistojen, menetelmien ja teorioiden yhdistelyyn¹⁴⁹. Triangulaatiomatriisista on esimerkiksi luettavissa, että olen koko tutkimuksen ajan hyödyntänyt pääasiassa sisällönanalyysia etenkin haastattelu- ja kyselyaineistojen analysoinnissa. Sisällönanalyysi on Jouni Tuomen ja Anneli Sarajärven mukaan tekstianalyysia, perusanalyysimenetelmä, joka toimii paitsi yksittäisenä metodina myös väljänä teoreettisena kehyksenä, johon monet muut analyysimenetelmät perustuvat jollain tapaa. Sisällönanalyysi eroaa diskurssianalyysista esimerkiksi siten, että sisällönanalyysissa on tarkoitus etsiä tekstin merkityksiä, kun taas diskurssianalyysi keskittyy siihen, miten kyseisiä merkityksiä tuotetaan tekstissä.¹⁵⁰ Toisinaan näkee käytettävän nimitystä *sisällön erittely*, jolla Eskola ja Suoranta tarkoittavat tapaa kuvata kvantitatiivisesti tekstin tai vastaavan sisältöä. Kyse on pääosin siitä, mitä tai miten jostakin tutkimuskohteesta on kirjoitettu tai puhuttu, ja tämä eritellään ja luokitellaan tilastollisesti.¹⁵¹ Tuomi ja Sarajärvi huomauttavatkin, että sisällönanalyysi ja sisällön erittely ovat eri asioita, eivät toistensa synonyymeja: sisällönanalyysissa kuvataan tekstin sisältöä sanallisesti, kun taas sisällön erittelyssä on kyse tekstin sisällön kuvaamisesta

¹⁴⁵ Turtiainen 2012, 42–43.

¹⁴⁶ Suominen 2010a; Suominen 2010b; Suominen 2013.

¹⁴⁷ Suominen 2013. Digitaalisen kulttuurin oppiaineen väitöskirjoista ks. esim. Turtiainen 2012; Reunanen 2017.

¹⁴⁸ Suominen 2010b.

¹⁴⁹ Ks. aineisto- ja teoriatriangulaatio Eskola & Suoranta 2014, 69–70.

¹⁵⁰ Tuomi & Sarajärvi 2009, 91–104.

¹⁵¹ Eskola & Suoranta 2014, 186.

kvantitatiivisesti. Toisaalta *sisällönanalyysilla* voidaan tarkoittaa kumpaakin, ja tuotetun aineiston voi sekä kvantifioida että sanallistaa.¹⁵²

Taulukko 1: Triangulaatiomatriisi.

Artikkeli	Kirjoittaja(t)	Tutkimuskysymys	Teoreettinen viitekehys	Aineisto	Metodi	Julkaisukanava	Merkitys kokonaisuudessa
Klassikoksi rakennettu – Erään lautapelin historia	Lilli Sihvonen & Anna Sivula	Millaisia merkityksiä Kimblelle rakennetaan yhteisössä ja miten niitä rakennetaan?	Paul Ricoeurin historiografisen operoinnin teoria; uustuotantoprosessi	asiantuntija-haastattelut	sisällönanalyysi (Sihvonen); historiografinen analyysi (Sivula)	Pelitutkimuksen vuosikirja 2016	yrityksen historian ja tarinoiden käyttö tuotteen uudelleenjulkaisemisen perusteluna ja uudelleenjulkaisujen yhteydessä
Pop-o-matic-muovikupu ja kestävyys – Kimble-lautapelin pysyvien ominaisuuksien merkitys	Lilli Sihvonen	Miten pysyvät ominaisuudet ilmenevät pelatessa ja pelaamisen ulkopuolella, mikä on niiden merkitys ja miten merkitykset muuttuvat siirryttäessä pelaamisen ulkopuolelle?	materiaalinen kulttuuri, esineiden toimijuus ja käyttötavat	verkkokyselyvastaukset, asiantuntija-haastattelut	sisällönanalyysi	Ennen ja Nyt: Historian tietosanomat 2017	tuotesuhteen syveneminen pysyvien ominaisuuksien kautta, tuotteen tuttuuden ja turvallisuuden säilyttäminen
From a board game to a drinking game – One biography of the Finnish board game Kimble	Lilli Sihvonen	Miten ei-pelillisen elementin kuten alkoholin käyttö vaikuttaa pelin pelattavuuteen ja merkitykseen?	juomapelaaminen	verkkokyselyvastaukset, opiskelija-haastattelu ja peliversiot	sisällönanalyysi	Well Played journal 2018	esineen elämäkerta ja esimerkki käyttökulttuurista
"Classics age" – The Flexibility of Planned Obsolescence In Terms Of The Classic Finnish Board Game Kimble	Lilli Sihvonen	Miten klassinen tuote muuttaa suunnitellun vanhentamisen tarkoitusta, lopputulosta ja määrittelemää?	suunniteltu vanhentaminen, uustuotantoprosessi	asiantuntija-haastattelut, verkkokyselyvastaukset, Kimble-versiot	teema-analyysi, sisällönanalyysi	Widerscreen 2020	suunnitellun vanhentamisen joustavuus ja muuttuvat merkitykset uustuotantoprosessissa ja tuotteeseen tehdyt muutokset

Empiiristen menetelmien tutkija Margit Schreier on käsitellyt laadullista sisällönanalyysia (QCA) laajasti. Hänen mukaansa laadullinen sisällönanalyysi on tarkoitettu kuvaamaan laadullisen aineiston merkitystä systemaattisella tavalla. Analyysia varten muodostetaan koodauksen viitekehys, johon aineiston osia sijoitetaan. Aineiston muodolla ei ole väliä, vaikka siihen on yleensä viitattukin teksteinä. Laadullisessa sisällönanalyysissa tutkimuskysymys määrittelee tarkastelun näkö-

¹⁵² Tuomi & Sarajärvi 2009, 105–108.

kulman. Koodauksen viitekehystä voi myös muokata sitä mukaa, kun uusia näkökulmia nousee esiin. Laadullisen sisällönanalyysin etuja onkin joustavuus ja keskityminen tiettyihin valikoituihin osa-alueisiin, mikä tavallaan vähentää käsiteltävän tiedon määrää. Sen tarkoitus on myös ylittää yksilöllisen tulkinnan rajat, vaikka tutkijan oma tulkinta sekä aineisto itsessään vaikuttavatkin koodauksen viitekehikon syntyyn. Ajatus on, että tutkijan tulkinta aineistosta on johdonmukainen ja mahdollinen ja tulokset päteviä, sillä täysin objektiivista tutkimusta ei ole mahdollista tehdä. Koska analyysi on osin aineistolähtöistä ja aineistoa kuvaavaa, koodauksen viitekehikon tulee myös vastata aineistoa. Schreier huomauttaa määrällisen ja laadullisen sisällönanalyysin erosta sen, että ensimmäinen keskittyy kirjaimelliseen merkitykseen, kun taas jälkimmäisessä huomio kiinnittyy piileviin merkityksiin ja kontekstiin.¹⁵³

Yhteiskuntatiedollisen kasvatuksen tutkija Ulla-Maija Salo puolestaan on kritisoinut sisällönanalyysin käyttöä osin harkitsemattomana, helppona ja tutkijan omia oivalluksia ohittavana menetelmänä. Menetelmä tuottaa hänen mukaansa luokkia, mutta varsinainen analyysi unohtuu monessa tutkimuksessa, kun luokittelu saateetaan jo esittää tuloksena. Salo viittaakin melko kärkkäästi Tuomen ja Sarajärven teokseen ja toteaa menetelmän lupaavan enemmän kuin mitä se antaa. Hän huomauttaa, että kyse on laadullisesta analyysistä eikä pelkkä luokittelu riitä, vaan tarkoitus on myös löytää jotain uutta. Salo huomauttaa myös, että sisällönanalyysin usein edellyttämä aineiston omilla ehdoilla eteneminen ei ole täysin mahdollista, sillä tutkijaa ohjaavat aina tutkimuskysymykset ja esioletukset.¹⁵⁴

Sosiologi Lindsay Prior puoltaa sisällönanalyysin käsittämistä hybridimenetelmänä, johon sisältyy sekä kvantitatiivinen että kvalitatiivinen puoli. Erottelu ei ole tarpeen, koska joka tapauksessa kaikki kategoriat ovat tuotettuja, ja kun laskemme asioita, olemme riippuvaisia sosiaalisesti rakennetuista erotteluista. Prior huomauttaa myös, että sisällönanalyysin käyttö ei sulje pois muiden analyysimenetelmien käyttöä. Diskurssianalyysi on yksi mahdollinen sisällönanalyysin kanssa käytettävä menetelmä.¹⁵⁵ Olen kuitenkin väitöskirjassani päätenyt hylkäämään diskurssianalyysin analyysimenetelmänä, sillä en ole ollut kiinnostunut kielestä, siitä, *miten* aineistoissani *tuotetaan* merkityksiä¹⁵⁶, vaan siitä, *mitä* ja *miten* Kimblestä kerrotaan ja kirjoitetaan. Tutkimustyöni tähänhetkessä vaiheessa on ollut keskeistä selvittää uustuotantoprosessiin osallistuvat tekijät, prosessin erityispiirteet ja käsitteet. Vaikka olen luonnollisesti huomioinut kontekstit, joissa aineistoni ovat syntyneet, en ole sen syvemmin tarkastellut, miten haastateltavat rakentavat puhettaan.

¹⁵³ Schreier 2012, 1–26.

¹⁵⁴ Salo 2015, 166–190.

¹⁵⁵ Prior 2014, 359–379.

¹⁵⁶ Ks. esim. Eskola & Suoranta 2014, 195.

Uustuotantoprosessitutkimuksen kehittyessä on kuitenkin mahdollista ryhtyä selvittämään niitä todellisuuden rakenteita, joissa prosessia tuotetaan.

Käytännössä olen tehnyt aineistolleni sisällönanalyysin juuri mainittuna hybriditapana, eli olen purkanut aineiston ensin pieniin osiin, yksittäisiin sanoihin, sijoittanut samankaltaisia osia keskenään yhteen ja sitten muodostanut näille teemat tai yläotsikot kuten *puunappulat* tai *nostalgia*. Tämän jälkeen olen uudelleen tarkastellut asioiden toistuvuutta aineistossa eli laskenut, miten usein ne mainitaan, sijoittanut sitaattit tähän yhteyteen ja tarkastellut, mitä niistä sanotaan. Tämä menettelytapa, aineiston esittäminen sekä laadullisin että määrällisin keinoin, näkyy parhaiten toisessa ja neljännessä väitöskirja-artikkelissani.

Salon esittämä kritiikki on kuitenkin varsin oikeutettu ja tarkasteltava seikka; mikään menetelmä ei saa olla päälle liimattu eikä luokitteluja voi esittää valmiina tuloksina, vaan tutkijan on aina myös esitettävä omat tulkintansa. Määrälliset esitykset voivat tukea tulkintoja, ja tähän olen pyrkinyt omassa tutkimuksessani. En ole myöskään mitenkään voinut tehdä luokitteluja teorioista irrallaan, sillä tätä tutkimusta yksinään ovat ohjanneet uustuotantoprosessin alustavat rakenteet sekä vahva oletus Kimblen jonkinasteisesta uustuotantoprosessista. Olen myös palannut aineiston pariin yhä uudelleen, minkä vuoksi luokittelut ja niiden analyysit ovat muodostuneet jokaisella kierroksella uudeksi kerrokseksi edellisen päälle. Väitöskirja-artikkeleissani olen puolestaan pyrkinyt sanomaan enemmän kuin esittelemään luokittelujen tuloksia; esimerkiksi neljännen väitöskirja-artikkelini tulokset sopeuttavasta ja pakotetusta vanhentamisesta eivät ole sisällönanalyysissa käyttämiäni luokituksia¹⁵⁷.

Sisällönanalyysin ohella olen hyödyntänyt teemoittelua tai teema-analyysia, joka on tavallaan toiminut sisällönanalyysia väljempänä menetelmänä. Teemoittelussa tutkija pilkkoo aineiston tutkimusongelmaa valaiseviin teemoihin, ja tarvittaessa esimerkiksi vertailee teemojen esiintymistä aineistossa. Ongelmana on, että teemoittelu voi jäädä analyysin osalta köyhäksi, ellei tutkija onnistu yhdistämään teoriaa ja empiriaa toisiinsa.¹⁵⁸ Koska olen sisällönanalyysin perusteella tunnistanut aineistosta useita luokituksia, olen muodostanut niiden perusteella yläteemoja, joista olen lopulta valinnut neljä ja lukenut aineistoa uudelleen niiden valossa. Teemat ovat historia ja tarinat, Kimbleen tehdyt muutokset, pysyvät ominaisuudet sekä käyttäjät ja käyttäjäkulttuuri. Ulkopuolelle on jäänyt esimerkiksi nostalgia, koska olen tutkimuksessani halunnut tarkastella muita prosessiin vaikuttavia seikkoja. Olen myös halunnut tarkastella sellaisia teemoja, jotka voisivat olla yleistettävissä ja rakennettavissa tuotteeseen kuin tuotteeseen uustuotantoprosessimallia ajatellen. Nämä teemat olen siten tunnistanut uustuotantoprosessin osa-alueiksi, ja

¹⁵⁷ Ks. Artikkelit IV.

¹⁵⁸ Eskola & Suoranta 2014, 175–176.

ne ovat määrittäneet niin väitöskirja-artikkelieni sisältöä kuin myös tämän yhteenvedo-osion neljännen luvun rakennetta.¹⁵⁹

Sisällönanalyysin ja teemoittelun lisäksi muita menetelmiä ovat historiografisen analyysi¹⁶⁰, josta on vastannut artikkelin toinen kirjoittaja kulttuuriperinnön tutkija Anna Sivula, sekä esineen lähiluku, jota käsittelen erikseen luvussa 3.5. En ole kirjannut esineen lähilukua triangulaatiomatriisiin, vaikka se on ollut läsnä koko tutkimuksessani, myös tätä yhteenvedoa kirjoittaessani. Artikkelien painopiste on ollut muualla kuin omissa kokemuksissani, jolloin olen Suomen ohjeen mukaan korostanut matriisissa niitä seikkoja, joihin artikkelit painottuvat.

Seuraavaksi esittelen aineistoni aloittaen valmistajasta ja käyttäjistä. Käsittelen sen jälkeen lyhyesti Kimble-versioita, joita olen dokumentoinut muun aineistonkeruun välissä, sekä esineen lähilukua, joka on kulkenut mukana läpi tutkimusprosessin. Luvun lopussa käsittelen tutkimusetiikkaa ja omaa positiotani tutkijana.

3.2 Valmistaja ja asiantuntijahaastattelut

Asiantuntijahaastatteluihin sisältyy ajatus haastateltavan kaksoisroolista niin ilmiön asiantuntijana kuin tutkimuskohteena. Haastateltavalla on oletettavasti jotakin erityistä tietoa tutkimuksen aihepiiristä, minkä vuoksi haastateltavaksi ei sovi kuka tahansa vaan haastateltavien joukko on rajallinen. Asiantuntijahaastattelun rooli on sitä keskeisempi, mitä puutteellisempaa tutkittavasta aiheesta oleva muu aineisto on.¹⁶¹ Tutkimushaastattelujeni asiantuntijoilla on paljon kokemusta Kimblestä ja pitkä työhistoria pelien julkaisemisesta valmistajayhtiössä¹⁶². Tutkimukseni viidesä asiantuntijahaastattelussa haastattelen Tactic Games Oy:n toimitusjohtajaa Markku Heljakkaa, pelisuunnittelijaa ja leikin tutkijaa Katriina Heljakkaa, myyntijohtaja Kalevi Heljakkaa, graafista suunnittelijaa Jussi Walleniusta sekä tuotannon johtajaa Hannu Tuomolaa¹⁶³.

¹⁵⁹ Ks. myös Artikkelit IV.

¹⁶⁰ Artikkelit I. Historiografisen analyysin perustuu Paul Ricouerin historiografisen operoinnin teoriaan ja siinä määriteltäviin vaiheisiin, ja siinä rekonstruoidaan menneenkuvauksesta historiografisesta operoinnista jääneitä jälkiä. Ks. Sivula 2006.

¹⁶¹ Alastalo & Åkerman 2010.

¹⁶² Haastateltavien valinnassa sain apua erityisesti Katriina Heljakalta, joka tunsi haastateltavien taustat.

¹⁶³ Kolme ensin mainittua kuuluvat yhtiön perustaneeseen Heljakan sukuun: Markku ja Kalevi Heljakka ovat Arne Heljakan poikia ja Katriina Heljakka Arne Heljakan pojantytär. Markku Heljakka on myöhemmin jättäytynyt toimitusjohtajan roolista, mutta pysynyt hallituksen puheenjohtajana. Kalevi Heljakka siirtyi pian haastattelun jälkeen eläkkeelle, ja Hannu Tuomola oli vastikään eläköitynyt haastattelun hetkellä. Jussi Wallenius ja Hannu Tuomola ovat suvun ulkopuolisia yhtiön työntekijöitä.

Tein haastattelut vuoden 2015 kevään ja syksyn aikana. Haastattelut ovat puolistrukturoituja teemahaastatteluja, eli ne keskittyvät samoihin aihepiireihin mutta eivät täysin samassa järjestyksessä tai muodossa¹⁶⁴. Myös haastattelutilanteet ohjasivat kysymyksiä muodostumista. Haastattelujen aihepiirejä ovat Kimblen perus- ja lisenssiversiot, pelissä tapahtuneet muutokset, retroversio¹⁶⁵, peliin ja yhtiöön liittyvät tarinat sekä haastateltavan omat kokemukset Kimblen parissa. Haastattelin asiantuntijoita kasvotusten joko yhtiön tiloissa¹⁶⁶ tai paikallisessa kahvilassa¹⁶⁷. Kalevi Heljakan haastattelu syntyi spontaanisti, kun kuvasin hänen työhuoneessaan Kimble-versioita. Muut haastattelut olin sopinut etukäteen. Haastatteluista kolme kestää noin tunnin ja kaksi noin 20 minuuttia. Lyhyihin haastatteluihin vaikutti pääasiassa kiire tai haastateltavan lyhyet vastaukset, mutta jokainen haastattelu oli tutkimuksen kannalta antoisa.

Alastalon ja Åkermanin mukaan asiantuntijahaastattelujen lähtökohtana on ilmiökentän faktuaalinen kuvaus mutta siten, että faktat on tuotettu yhdessä haastateltavan ja haastattelijan välisessä vuorovaikutuksessa. Väärien vastausten mahdollisuus kasvaa, minkä vuoksi asiantuntijahaastattelut sopivat etenkin taustatiedon keräämiseen varsinaisia tutkimushaastatteluja varten. Koska analyysitilanteessa ilmenee usein ongelmia eikä mikä tahansa tieto ei ole faktaa, Alastalo ja Åkerman kehottavatkin ristiinlukemaan aineistoa eli vertailemaan muuhun aineistoon. Tutkijan tulee pystyä rakentamaan mahdollisimman tarkka kuvaus ja väittämään uskottavasti, miten asiat tapahtuivat.¹⁶⁸ Folkloristi Satu Apo huomauttaa, että tutkijan ja informantin väliseen sopimukseen kuuluu oletus siitä, että informantti puhuu tai kirjoittaa totta¹⁶⁹. Myös sosiologi Pertti Alasuutari on todennut, että havaintoja yhdisteltäessä oletetaan, että aineistossa on viitteitä samasta ilmiöstä. Informanttien kertomusversioiden yhteiset piirteet tekevät lähdetiedosta luotettavampaa.¹⁷⁰

Omassa tutkimuksessani asiantuntijahaastattelut ovat keskeistä aineistoa tutkitavasta ilmiöstä edustaen yhtä uustuotantoprosessin kolmesta toimijasta. Jokainen haastateltava vastasi kysymyksiin oman asiantuntijuutensa ja kokemuksensa pohjalta sekä arvioi esittämiäni uustuotantoprosessiin liittyviä käsityksiä esimerkiksi Kimblen mahdollisista tauoista markkinoilla. Toimitusjohtaja Markku Heljakka

¹⁶⁴ Tiittula & Ruusuvoori 2005, 11–12; Ks. myös Hirsjärvi & Hurme 2014, 41–48. Ks. Liite 1.

¹⁶⁵ Retroversio ilmestyi 2007 yhtiön ja Kimblen 40-vuotisjuhlan kunniaksi, ja se oli suunnattu lahjaksi yhtiön yhteistyökumppaneille, ei julkiseen levitykseen.

¹⁶⁶ Markku Heljakan, Kalevi Heljakan ja Jussi Walleniuksen haastattelut.

¹⁶⁷ Katriina Heljakan ja Hannu Tuomolan haastattelut.

¹⁶⁸ Alastalo & Åkerman 2010, 372–378.

¹⁶⁹ Apo 2001, 19–20, 34–35, 221. Apo pyrkii omassa tutkimuksessaan esittämään pikemminkin oletuksia kuin arvottamaan todellisuutta.

¹⁷⁰ Alasuutari 2011, 40–41.

kertoi yhtiön ja Kimblen historiasta. Kalevi Heljakka täydensi joitain aukkoja kertomalla esimerkiksi vanhoista tuotannollisista menetelmistä sekä toisaalta tuomalla esille oman kokemuksensa Kimblen valmistuksesta. Katriina Heljakan haastattelu tuo aineistoon teoreettista näkökulmaa, ja hänellä on tutkimuksessani kaksoisrooli: hän on sekä haastateltavani että tutkija, jonka tutkimuksiin viitataan. Jussi Walleniuksen haastattelu keskittyi Kimblen visuaaliseen puoleen, ja Hannu Tuomola muisteli hyvin yksityiskohtaisesti Kimblen valmistuksen historiaa. Haastattelujen yksi tarkoitus oli tuottaa mahdollisimman monipuolinen katsanto Kimblestä sekä verrata asiantuntijoiden näkemyksiä ja kertomuksia.

Olen myös halunnut lähtökohtaisesti uskoa kaikkia informanttejani haastateltavista kyselyvastaajiin. Olen aineistoa analysoidessani voinut todeta, että yhtiön toimitusjohtajan ja työntekijöiden kertomukset Kimblestä ovat pääosin yhteneväiset. Osa tarinoista kerrottiin eri tavalla, mutta haastattelut sisälsivät muutoin viitteitä vakiintuneista tavoista kertoa Kimblen historiasta ja pelistä yleisesti. Sinällään ei ole ollut edes olennaista se, ovatko kertomukset Kimblen eri vaiheista tosia. Olenaisempaa ovat olleet tavat ja käytänteet kertoa tarinat ja se, minkä tyyppisistä tarinoista on kyse.¹⁷¹

Olen muutoinkin noudattanut Alastalon ja Åkermanin linjauksia asiantuntija-haastatteluista: Aineistolla on ollut merkityksensä myös taustatietona tutkimuksen myöhemmissä vaiheissa. Asiantuntijahaastattelut ovat toimineet pohjana verkkokyselylleni, mikä on tehnyt kahdesta eri aineistonäkökulmasta ristiinluettavaa ja vertailukelpoista. Haastattelurungot ovat olleet osin räätälöityjä asiantuntijuuden mukaan. Lisäksi olen luetuttanut artikkelikäsitelmäkäsikirjoituksia haastateltavilla, jotta he ovat tarvittaessa voineet täsmentää ja korjata kertomaansa tietoa ennen niiden julkaisemista.¹⁷²

Haastattelussa on kyse vuorovaikutustilanteesta, jossa yleensä haastateltavalla on jostain asiasta tietoa, jota haastattelija kerää. Kumpikin osapuoli vaikuttaa tilanteessa monella tapaa; haastattelijan on mahdollista ohjata haastattelua kiinnostavaan suuntaan. Haastateltavalla puolestaan on mahdollisuus korjata tai täsmentää sanomisiaan heti. Toisaalta haastateltava saattaa syystä tai toisesta antaa sosiaalisesti hyväksyttäviä vastauksia tai kaunistella asioita.¹⁷³ Haastatteluun voi vaikuttaa sekä hyvässä että pahassa myös ennen haastattelua: haastateltavaa voi informoida lähettämällä haastattelukysymykset etukäteen tai kertomalla haastattelujärjestyksestä. Olin informoinut haastateltaviani omasta tutkimusaiheestani sekä käsiteltävistä teemoistani kuten suunnittelusta vanhentamisesta, mikä ohjasi osaa haastatteluista. Esimerkiksi toimitusjohtaja ilmaisi huolensa suunnitellun vanhentamisen

¹⁷¹ Ks. Artikkelit I.

¹⁷² Ks. Alastalo & Åkerman 2010

¹⁷³ Ks. esim. Tiittula & Ruusuvaara 2005, 10–12; Hirsjärvi & Hurme 2014, 34–40.

yhdistämisestä Kimbleen tai yhtiöön, mutta vastasi silti kysymyksiini. Myös haastattelujärjestys vaikutti joiltain osin sisältöihin, sillä osa haasteltavista oletti toimitusjohtajan kertoneen jo kaiken oleellisen.

Kuluttaja ja tuottaja asettuvat yleensä vastakkaisiksi luokiksi niin yleistajuisesti kuin tieteessäkin. Sosiologi Kaj Ilmonen mukaan roolit eivät kuitenkaan ole toisinaan poissulkevia, koska esimerkiksi tehdastyöläinen on sekä tuotannollisessa että kuluttajan roolissa.¹⁷⁴ Haastattelukysymyksiini sisältyikin asiantuntijoiden omia kokemuksia ja muistoja myös Kimblen pelaamisesta. Etenkin suvun jäsenten haastatteluissa ilmeni siirtymiä tuotannollisesta roolista pelaajan tai käyttäjän rooliin sekä toisinpäin. Tuottajan sijaan puhun asiantuntijoista tai Tactic Gamesista valmistajana, joka on neutraalimpi ja vähemmän taloustieteellisempi termi kuin tuottaja. Haastattelut ovat pääosassa ensimmäisessä väitöskirja-artikkelissani, mutta hyödynnän niitä myös toisessa ja neljännessä artikkelissa.

3.3 Käyttäjät, käyttäjäkulttuurit ja verkkokysely

Kaj Ilmonen on määritellyt kuluttajan toiminnallisia asemia kulutuksen eri ulottuvuuksissa. Kuluttaja siirtyy käyttäjän asemaan, kun asiakkuuden jälkeen ”otetaan palvelukseen tavaran ainekselliset ja toiminnalliset ominaisuudet”¹⁷⁵. Tämä edellyttää, että tavaroilla on käyttö- ja vaihtoarvo. Käyttöarvo on edellytys vaihtoarvolle, ja vaihtoarvo pakottaa ihmiset asettumaan keskinäisiin suhteisiin. Vasta kun vaihto on tapahtunut, voidaan käyttöarvo valjastaa kuluttajan tarkoituksiin. Käyttäjä ei edellytä markkinoita ja vaihtoarvoa kuten kuluttaja. Ilmonen huomauttaa, että käyttöarvo ilmentää kulttuurisia merkityksiä eikä siten ole koskaan yhteiskunnallisesti neutraali, vaan eri sosiaaliset ryhmät sulauttavat sen osaksi omia intressejään.¹⁷⁶

Kuluttajan rooli käsittäisi tutkimuksessani pelkän tuotteen hankinnan. Se ei kerro, mitä tuotteella lopulta tehdään, eikä riitä kuvaamaan sitä, miksi tuote siirtyy sukupolvelta toiselle. *Käyttäjä* puolestaan määritellään esimerkiksi kulttuuriin osallistumisen näkökulmasta aktiivisena tai passiivisena, ja sen voi ymmärtää hyvin monimuotoisena: käyttäjä on niin asiakas, tuottaja kuin osallistuja. Käyttäjä voi itse määritellä omaa toimintaansa.¹⁷⁷ Myös Tactic Games Oy:n oma toiminta esimerkiksi sosiaalisessa mediassa vahvistaa käyttäjä-käsitteen relevanttiutta, kun yhtiö osallistaa seuraajiaan äänestyksiin ja Kimble-aiheisiin tapahtumiin esimerkiksi pelaajina¹⁷⁸. Tästä syystä käytän kuluttajan ja pelaajan sijaan pääasiassa termiä

¹⁷⁴ Ilmonen 1993, 35–36.

¹⁷⁵ Ilmonen 2007, 70–71.

¹⁷⁶ Ilmonen 1993, 31–33; Ilmonen 2007, 67–68.

¹⁷⁷ Balling & Kann-Christensen 2013, 69–70; Virolainen 2015, 101.

¹⁷⁸ Kimble-ilme20 -kilpailu, www.kimble.fi; Kimblen SM-finaali 2017, www.facebook.com.

käyttäjät, jolla tarkoitan myös uustuotantoprosessissa olevan tuotteen kohderyhmää.

Käyttäjät sekä kuluttavat että pelaavat Kimbleä ja keksivät pelille muita käyttötapoja. Toiminnallaan he myös välittävät peliä eteenpäin seuraaville sukupolville, minkä vuoksi tarkastelen käyttäjiä myös Kimblen kulttuuriperintöä tuottavana ja ylläpitävänä yhteisönä. Kulttuuriperintö rakentuu kulttuuriperintöprosessissa, jossa menneisyyteen jäänyt jälki valitaan ja tuotetaan todisteeksi. Todisteiden tuottajia ovat yleensä yksilöt ja yhteisöt.¹⁷⁹ Käyttäjät vastasivat kyselyyn yksilöinä, mutta viittasivat myös yhteisöjen olemassaoloon kuten erilaisiin Kimble-kerhoihin ja -tapahtumiin. Näen kaikki vastaajat osana yhteisöä, joka tuottaa, muovaa ja välittää eteenpäin näkemyksiään ja kokemuksiaan pelistä.

Samalla Kimble toimii käyttäjille eräänlaisena muistin paikkana tai muistin artefaktina. Muistin paikka yhdistää yhteisön jäsenet muistelemaan menneisyyttä¹⁸⁰. Kimble ei yhdistä käyttäjiään suoraan samaan menneisyyteen, sillä pelimuistot ovat henkilökohtaisia ja harvoin kollektiivisia. Yhteiset pelisäännöt sekä eri versiot pelistä kuitenkin vaikuttavat siihen, että muistoissa on kollektiivisia piirteitä. Tämä yhdistää yhteisön jäseniä. Se, kuinka usein pelitapoja ja -käytänteitä välitetään eteenpäin, ei selviä muistoista.

Kulttuuriperintöprosessi alkaa yleensä tarpeesta tallentaa menneisyyttä koskevaa tietoa. Pelko voi olla yksi ohjaava tekijä.¹⁸¹ Keräämäni kyselyaineisto syntyi puhtaasti tarkoituksesta selvittää, miten käyttäjät tarkastelevat ja muistelevat Kimbleä sillä hetkellä. Aineisto toimii kuitenkin myös jälkeen Kimblen merkityksestä suomalaisessa lautapelikulttuurissa.

Aineistoni käyttäjänäkökulma muodostuu Kimble-aiheisen verkkokyselyn vastauksista sekä yhdestä opiskelijahaastattelusta. Etenkin verkkokysely on vertailukelpoista aineistoa asiantuntijahaastattelujen kanssa, sillä haastattelukysymykset ja haastateltavien vastaukset ohjasivat verkkokyselyn kysymysten syntymistä. Toisaalta kysymysten syntymiseen vaikutti myös esineen lähiluku, eli kyselylomaketta suunnitellessani olin itse pelannut Kimbleä ja kerrannut omia Kimblekokemuksiani.

Verkkokyselyt ovat viime vuosina yleistyneet merkittävästi aineistonkeruumenetelmänä, koska ne ovat halpoja, helppoja ja nopeita toteuttaa. Jaakko Suomisen mukaan nettikyselyt mahdollistavat laajojen aineistojen muodostamisen, joskin suuri vastaajamäärä ei tee aineistosta automaattisesti parempaa. Aineiston laajuus riippuu Suomisen mukaan monesta tekijästä kuten tutkittavasta ilmiöstä, potentiaalisten vastaajien määrästä ja mainostustavoista. Tutkija ei myöskään välttämättä

¹⁷⁹ Sivula 2010; Sivula 2013.

¹⁸⁰ Sivula 2013, 164.

¹⁸¹ Ks. Sivula 2013.

tiedä, millä perusteella vastaajat ovat vastanneet kyselyyn. Yleensä kysely herättää kiinnostusta tai tunteita. Suominen toteaa, että kyselyjä voi käyttää etsiessään yleistä ja alustavaa tietoa tutkittavasta ilmiöstä. Sen jälkeen voi syventää käsityksiään ja määrittellä kohderyhmiä.¹⁸² Verkkokyselyllä on ollut omassa tutkimuksessani merkittävä rooli käyttäjänäkökulman muodostamisessa. Halusin tavoittaa mahdollisimman paljon erilaisia Kimble-muistoja ja -käsityksiä, joiden jälkeen pystyisin halutessani syventämään aihetta ja valikoimaan tiettyjä osia tutkimukseeni.

Julkaisin Kimble-aiheisen verkkokyselyn¹⁸³ marraskuussa 2015. Kysely oli avoin vastauksille kahden viikon ajan (2.–16.11.2015), ja siihen vastasi 247 vastaajaa¹⁸⁴. Tavoitteenani oli selvittää, millaista tietoa sekä millaisia käsityksiä ja muistoja suomalaisilla käyttäjillä on Kimblestä. Kysyin myös Kimblen muista käyttötaivoista sekä miten ja miksi Kimblestä oli mahdollisesti luovuttu joskus. Taustoittavina kysymyksinä olivat vastaajan perustiedot (syntymävuosi, sukupuoli, asuinmaakunta, ammatillinen status) sekä tiedot lautapelaamisesta ja Kimblen pelaamisesta.

Kyselyvastaajista 184 oli naisia ja 51 miehiä. Yhteensä 12 vastaajaa kertoi sukupuolekseen *muu* tai *en halua vastata*. Suurin osa vastaajista (151) oli syntynyt 1980- ja 1990-luvuilla. 1960- ja 1970-luvuilla syntyneitä oli 83. Nuorin vastaaja oli syntynyt vuonna 2000, vanhin vuonna 1924. Kuusi vastaajaa oli merkinnyt syntymävuodekseen oletusvastauksen 1915. Opiskelijat (105) ja työssäkäyvät (96) olivat suurimmat vastaajaryhmät. Muut ryhmät saivat alle 20 vastaajaa. Kaikki eivät kokeneet ammattia koskevan kysymyksen vastausvaihtoehtoja sopiviksi, mikä kävi ilmi kyselypalautteesta. Suurin osa vastaajista asui Varsinais-Suomessa (99), Uudellamaalla (60) tai Satakunnassa (43). Muut maakunnat saivat kukin alle 20 vastaajaa lukuun ottamatta Kainuuta, Keski-Pohjanmaata ja Pohjanmaata, joita kukaan ei ilmoittanut asuinpaikakseen. Jälleen muutama vastaaja ilmoitti oletusvastauksena Ahvenanmaan. Oletusarvon valinta sekä syntymävuoden että asuinmaakunnan kohdalla tarkoittanee vastaajan halua pysyä tunnistamattomana. Asuinpaikkaa koskeva kysymys ei sopinut kaikille, ja esimerkiksi yksi vastaaja huomautti, että "Ulkomat" olisi pitänyt olla vaihtoehtona. Artikkeleissa olen viitannut vastaajiin syntymävuoden ja sukupuolen mukaan.¹⁸⁵

Käyttämäni julkaisukanavat ovat vaikuttaneet siihen, että kyselyn ikä-, ammat- ja asuinpaikkajakaumat painottuvat tiettyihin ryhmiin. Julkaisin kyselyn Turun yliopiston humanistisen tiedekunnan muutamilla opiskelijoiden ja henkilökunnan sähköpostilistoilla sekä omassa Facebook-profiilissani, josta neljä yhteystietoa

¹⁸² Suominen 2016, 103–127.

¹⁸³ Ks. Liite 2.

¹⁸⁴ Yksi vastaaja pyysi saada vastata kyselyyn vielä sulkemisajan jälkeen.

¹⁸⁵ Olen kuvannut kyselyvastaajien demograafisia taustoja artikkelissa IV.

jakoi sitä eteenpäin. Kahdeksan yhteystietoa tykkäsi päivityksestä, mikä on saattanut lisätä kyselyn näkyvyyttä. Linkkiä jaettiin Porin yliopistokeskuksen uutisissa ja sosiaalisen median sivuilla sekä muutamilla muilla sivuilla. Lähetin kyselyä eteenpäin myös muutamille nettihakujen kautta löytyneille Kimble- ja lautapelikerhoille. Päädyin myös Yle Satakunnan radiohaastatteluun, jonka myötä kysely julkaistiin Ylen sivuilla ja uutinen huomioitiin sosiaalisessa mediassa. Tavoitin vielä loppuvaiheessa Lautapeliseura.fi-sivuston ylläpitäjät, minkä jälkeen vastaajamäärät nousivat.

Tein kyselyrungostani turhan kattavan, ja ymmärsin sen aiheuttamat ongelmat vasta sen toteuttamisen jälkeen. Esimerkiksi kysymys *Kerro kaikki mitä tiedät Kimblestä* oli liian laaja ja hankala vastata. Tarkoitukseni oli tuolla kysymyksellä saavuttaa kokonaiskuva siitä, mitä käyttäjät tietävät Kimblestä. Halusin selvittää etenkin sen, kuinka hyvin yhtiöön ja Kimbleen liittyvät tarinat tunnetaan, mutta niistä kertoi vain muutama vastaaja. Mielenkiintoisia eroja oli esimerkiksi siinä, ettei pelilaudan muotoa muistettu oikein; vastaajat muistivat Kimblen nelikulmaisena, jota se ei aivan täysin ole. Pelinappuloiden värit ja pelisäännöt olivat sen sijaan kaikille tutut. Kaikilla vastaajilla ei ollut erityistä pelimuistoa kerrottavanaan, mutta he saattoivat kuvailla, millaiselta Kimblen pelaaminen lapsena tuntui, tai kertoa jonkin muun muiston, johon Kimble kuitenkin liittyi.

Osa kokoamastani aineistosta on syntynyt spontaanisti, eli en ollut sisällyttänyt niitä alkuperäiseen tutkimussuunnitelmaani. Esimerkiksi verkkokyselyni saavutti Aalto-yliopiston Automaatio- ja systeemitekniikan killan opiskelijat, jotka ottivat yhteyttä minuun. Sain sähköpostitse lisäinformaatiota heidän aktiivisesta Kimble-kulttuuristaan, johon tutustuin myöhemmin keväällä 2017 ja uudelleen vielä syksyllä 2018¹⁸⁶. Ensimmäisen vierailuni aikana keväällä 2017 haastattelin kiltaa edustanutta opiskelijaa Matti Ojalaa. Haastattelu keskittyi opiskelijoiden Kimble-kulttuurin syntyyn ja ylipäänsä siihen, miten Kimble päätyi osaksi tuota kulttuuria. Kävimme läpi myös heidän itsensä tekemiään tai lahjaksi saatuja erikoisia Kimble-versioita sääntöineen. Olen myös dokumentoinut nämä kyseiset Kimble-versiot. Lopuksi seurasin ja dokumentoin heidän Ihmiskimblen peluuta. En osallistunut tapahtumaan aktiivisesti, vaan olin tarkkailijan roolissa. Tätä aineistoa hyödynsin etenkin julkaisussa 3. Toinen vierailu liittyy esineen lähilukuun ja autoetnografiseen lähestymistapaan, josta kerron tarkemmin luvussa 3.5.

Käsittelen opiskelijahaastattelua myös asiantuntijahaastatteluna, ja olen lähettänyt opiskelijoiden juomapelikulttuurista kirjoittamani käsikirjoitukset kuvineen Ojalan luettavaksi ja tarkastettavaksi.¹⁸⁷

¹⁸⁶ Ensimmäinen vierailu Otaniemeen 13.4.2017. Toinen vierailu Otaniemeen 23.9.2018.

¹⁸⁷ Ks. opiskelijoiden Kimble-kulttuurista Sihvonen 2018b, 16–19.

3.4 Kimble-versiot

Daniel Millerin mukaan artefaktin analysoiminen on aloitettava sen ilmeisimmästä erityispiirteestä eli siitä, että artefakti on olemassa konkreettisesti, fyysisessä muodossaan irrallaan kaikista siihen liittyvistä mielikuvista. Tämä saattaa johtaa ymmärrykseen tuotteen voimasta ja merkityksestä kulttuurisessa konstruktiossa.¹⁸⁸ Ajatus on ihailtava, mutta jokainen katse artefaktiin tuottaa myös tulkintaa ja yksilöllisiä mielikuvia siitä. On mahdotonta havaita mitään ilman tulkintaa. Vastaavaan objektiivisuuteen en ole pyrkinyt, vaikka ymmärränkin Millerin ajatuksen objektin puhtaasta fyysisestä olemassaolosta ilman subjektia.

Aineistoni tuotenäkökulma muodostuu fyysisten Kimble-versioiden dokumentoinnista. Dokumentointi tarkoittaa valokuvia sekä versioista tekemiäni muistiinpanoja ja niiden pohjalta laatimiani esinekortteja. Kuvasin väitöskirjaprojektini aikana 28 Tactic Games Oy:n omien kokoelmien Kimble-versiota. Tämä käsittää 7 Kimblen perusversiota, yhden retroversion sekä 20 lisenssiversiota, joista osa on hyvinkin paikallisia versioita kuten *Pori Kimble* ja *KalPa Kimble* ja osa taas globaaleja versioita kuten *Hello Kitty Kimble* ja *Nalle Puh Kimble*. Olen käynyt osan Kimble-versioista läpi yhdessä yhtiön graafisen suunnittelijan Jussi Walleniuksen kanssa, eli olemme keskustelleet versioista. Laadin jokaisesta yhtiön Kimble-versiosta esinekortit, joiden dokumenttipohjaan sovelsin museotyökokemustani. Esinekortit sisältävät peruskuvauksen tuotteesta: nimi, julkaisuvuosi, kannen kuva, takakannen sisältö, visuaalisen ilmeen suunnittelija (jos tiedossa), kuvauksen pelilaudasta, nopasta, nappuloista, sääntövihosta sekä muita huomioitava seikkoja kuten esimerkiksi viittaukset haastatteluissa ja tarinalliset kytkökset¹⁸⁹. Lisäksi olen dokumentoinut viisi Aalto yliopiston opiskelijoiden tekemää Kimble-versiota, joista neljä on pöytäversioita ja yksi jo mainittu Ihmiskimble^{190, 191}.

Tuoteversioiden dokumentoinnin tavoitteena oli saada mahdollisimman täsmällistä tietoa versioiden materiaalisista ominaisuuksista, ilmestymisvuosista ja valmistuksen päättymisestä. Valokuvat käsittävät esimerkiksi kokonaiskuvia kustakin peliversiosta, mutta myös kuvia yksityiskohdista. Kaikkea tietoa ei ole kuitenkaan ollut saatavilla tai se on ollut epävarmaa. Peliversioiden pakettiin on merkitty päi-

¹⁸⁸ Miller 1987, 98–99. Miller jatkaa vielä, että artefaktin fyysisyys on tärkeää siksikin, että silloin sillä on kyky toimia siltana niin mentaalisen kuin fyysisen maailman kuin tietoisien ja alitajunnan välillä.

¹⁸⁹ Tarinallisista kytköksistä ks. Artikkelit I.

¹⁹⁰ Ihmiskimblessä Kimbleä pelataan parkkipaikalle rakennetulla peliradalla, jonka keskellä on pelipöytä noppakupuineen. Jokaisesta joukkueesta yksi pelaaja toimii pöydän äärellä naksuttajana eli nopanheittäjänä, ja pelipöydän tapahtumat kuvataan isommalla radalla ihmishännillä.

¹⁹¹ Ks. Liite 3: lista dokumentoiduista Kimble-versioista.

väyksiä, ja alkuperäisen Kimblen kehityskaari löytyy ensimmäisen¹⁹² retroversion takakannesta, mutta muutoin julkaisutiedot ovat vähäiset tai epävarmat. Yhtiöllä ei välttämättä ole intressejä luovuttaa tarkkoja tietoja edes tutkimuskäyttöön.

Dokumentointi ei ole täydellinen. Esimerkiksi valokuvausta haittasi se, että osassa perusversion pelipakkauksista oli väärä pelilauta tai väärät nappulat. Toisaalta pelipakkauksen kannen perusteella pystyy päättelemään, millainen pelilauta kuhunkin pakkaukseen kuuluu. Pelissä tapahtuneet muutokset ovat keskittyneet kuitenkin pääasiassa visuaaliseen ilmeeseen ja pelinappuloihin, joten dokumentoinnin sisältämät pienet puutteet eivät ole haitanneet tutkimuksen tekoa.

Tutkimustyön aikana on ilmestynyt jatkuvasti lisää uusia Kimble-versioita, minkä vuoksi rajasin aineistonkeruun vuoteen 2015 Tactic Games Oy:n osalta. Myös yhtiön ja pelin historian käsittely rajautui vuoteen 2015, minkä vuoksi versioiden aikarajaus on siltä osin luonteva ratkaisu. Harva versio olisi lopulta tuonut mitään uutta tutkimukseeni. Vasta esimerkiksi vuonna 2019 ilmestynyt *Kimble Twist*, jossa pelilautaa on muokattu kääntyileväksi, olisi tarjonnut uutta tutkimusaineistoa, mutta se ilmestyi tutkimusprosessiini nähden varsin myöhään. Samana vuonna tapahtunut perusversion uudistus, jossa pelipakkauksen kanteen on palautettu aukko Pop-o-maticia varten, olisi sekin ollut tutkimuksellisesti kiinnostava.¹⁹³

3.5 Esineen lähiluku

Kirjan ja lukukokemuksen muutosta väitöskirjassaan käsitellyt Anna Kajander kertoo, kuinka on tutkimuksessaan muun muassa peilannut omia lukukokemuksiinsa aineistonsa vastaajien kertomuksiin sekä pohtinut omaa lukijuuttaan. Kajander kirjoittaa herkistyneensä kaikelle, mikä käsitteli kirjoja. Sen sijaan, että hän olisi sulkenut itsensä pois, Kajander on hyödyntänyt omaa läsnäoloaan tutkimuksessaan. Tutkijalla on esimerkiksi vaikutusta tuottamaansa aineistoon.¹⁹⁴ Katson kulttuuri-tuotteiden uustuotantoprosessitutkimuksen edellyttävän tuotteen ja sen materiaalisen olemassaolon tuntemista ja ymmärtämistä. Tutkijan on syytä tuntea tutkimuskohteensa, miten sitä käytetään ja millaisia alakulttuureja sen ympärille on muodostunut. Tätä ajatusta vasten mikä tahansa tutkimuksellinen lähestymistapa tuotteen materiaaliseen olemassaoloon on hyödyllinen.

¹⁹² Kimblen 50-vuotisjuhlavuoden kunniaksi vuonna 2017 ilmestyi julkiseen levitykseen suunnattu toinen retroversio, joka oli kopio toisesta, vuonna 1972 ilmestyneestä Kimble-versiosta.

¹⁹³ Kimble Twist, www.kimble.fi; Original Kimble, www.kimble.fi; Pelipakkauksen aukko on palautettu myös joihinkin lisenssiversioihin. Ks. esim. Muumi Kimble, www.kimble.fi.

¹⁹⁴ Kajander 2020, 44–50.

Lautapelit perustuvat materiaalisuuteen ja materiaaliseen yhdessäoloon. Materiaalisuus puolestaan edellyttää ruumiillisuutta ja ruumiillista tietoa. Ruumiillisella tiedolla esimerkiksi Johanna Uotinen tarkoittaa ruumiista tietämistä tai ruumiin kautta tietämistä, ei välttämättä tietoista tietämistä. Ruumiillinen tietäminen on yksilöllisen tietämisen laji ja siten vaikea kielellistä.¹⁹⁵ Ymmärtääkseni paremmin tutkimaani tuotetta sekä käyttäjien ja asiantuntijoidenkin kokemuksia olen pyrkinyt tutustumaan Kimblen luonteeseen ja käyttöön eri tilanteissa. Tällaisia ovat olleet Kimblen näpräily yksin, yksinpelaaminen, seurueessa pelaaminen sekä Ihmiskimble-kokemukseni. Tuotteeseen tutustuminen ei ole ollut aina täysin tietoista. Vasta myöhemmin olen kirjannut kokemuksistani muistiinpanoja, ja Ihmiskimblen pelaamistani myös videoin. Tuotteen näpräily ja yksinpelaaminen ovat tarkoittaneet noppakuvun painelua, nappuloiden kuljettamista, pelin tunnustelua ja tarkastelua sekä mielikuvituksen pelitilanteen luomista. Tutkimusprosessini alussa esimerkiksi kuljetin sormeani pitkin Kimblen peliradan koloja. Näpräilyyn on liittynyt myös tarrojen ja pahvikuvien kiinnittäminen pelinappuloihin.

Syksyllä 2018 osallistuin Automaatio- ja systeemitekniikan killan järjestämään *Konttauskauden kaatajaiset* -tapahtumaan, jossa pelattiin Ihmiskimbleä ulkona. Ihmiskimblessä Kimble on skaalattu ihmispelinappuloilla, jotka liikkuvat peliradalla. En siis istunut paikoillani, vaan hypin tai kävelin ruudusta toiseen ja halailin toisia pelinappuloita syönnin tapahtuessa. Toimin välillä myös joukkueen naksuttajana, eli olin peliradan keskellä noppakuvun painajana. Pelaaminen oli pienelläkin joukkueella säännöt huonosti tuntevalle sekavaa, mutta ei yhtä nopeatempoista kuin varsinaisessa Kimblessä. Pelatessa kiinnitin erityishuomiota aisteihin ja tunteisiin. Liikkuminen, sään viiveys ja juomien nauttiminen vaikuttivat tuntoaistiin, kun taas halaaminen synnytti yhteenkuuluvuuden ja hilpeyden tunnetta. Myös hajuja makuaisesti olivat osa pelikokemusta, ja muistan etenkin grillin tuoksun.

Käsitän edellä kuvaamani näpertelyn ja pelailun esineen lähilukuna. Kirjallisten aineistojen yhteydessä usein käytetty lähiluku tarkoittaa pääsääntöisesti yksittäisen tekstin huolellista lukemista¹⁹⁶. Tarkemmin lähiluvusta kirjoittanut Jyrki Pöysä toteaa lähiluvun merkitsevän useammassa vaiheessa tapahtuvaa lukemista, joka muodostuu ensimmäisestä lukukerrasta ja tulkintaa muuttavista myöhemmistä lukukerroista. Tekstiin palaamiset joko syventävät tai kiistävät tulkintaa. Tekstistä tulisi nousta esiin etenkin yksityiskohtia. Tutkija saattaa tehdä lukemisen yhteydessä merkintöjä ja muistiinpanoja, joita myöhemmin sanallistaa tulkinnassa. Lähilukuun sisältyy paitsi lukemista myös kirjoittamista.¹⁹⁷

¹⁹⁵ Uotinen 2010, 87.

¹⁹⁶ Ks. esim. Östman 2015, 62–63; Pöysä 2015, 7, 30–31.

¹⁹⁷ Pöysä 2015, 30–31.

Lähiluvun menetelmää on sovellettu myös digitaalisiin peleihin ja pelikokemukseen¹⁹⁸. *Lähipelun* käsite perustuu pelitutkija Espen Aarsethin ehdottamaan metodologiseen ohjenuoraan pelien tutkimisesta: tutkija voi haastatella pelin kehittäjää, seurata muiden pelaamista, lukea peliraportteja ja -arvosteluja tai pelata itse tutkimaansa peliä. Aarseth korostaa, että viimeisenä mainittu tapa on parhain lähestymistapa peleihin, sillä se vähentää väärintulkintojen vaaraa ja sitä voi täydentää kahdella ensimmäisellä tavalla. Tutkijan on tunnettava tutkimuskohteensa, ja pelin tuntemus tekee sen tarkkailusta helpompaa.¹⁹⁹ Lähipeluu tarkoittaa siten perusteellista, tarkkaavaista ja huolellista pelaamista, jotta tutkija löytäisi pelin sisällöstä ei-ilmeisiä asioita. Tutkijasta tulee tutkimusväline, ja pelin eri ulottuvuuksia ja maailmaa tarkastellaan teoreettisen viitekehyksen läpi.²⁰⁰ Esineen lähiluvun voisi katsoa sivuavan myös Ilmari Vesterisen *esinepeli*-käsitettä, eli peliä, jota ihminen pelaa esineiden kanssa. Esinepeli on Vesterisen mukaan toimintaa, jossa ihminen rakentaa suhteen esineeseen ja esine saa eri merkityksiä.²⁰¹

Toimintani lähestyy myös joiltain osin autoetnografista tutkimusotetta, jonka liitän etenkin Ihmiskimble-kokemukseeni. Autoetnografia viittaa omaelämäkerralliseen tutkimuksen tekemisen tapaan. Tutkija on oma informanttinsa, joka tutkii omia ruumiillisia kokemuksiaan. Tutkijan omat kokemukset ovat tiedon tärkein lähde, tutkimuksen lähtökohtia ja aineistoa. Sekä Carolyn Ellis yhdessä Tony E. Adamsin kanssa että Johanna Uotinen käsittävät autoetnografian tutkimusmenetelmänä, joka yhdistää henkilökohtaisen kulttuuriseen. Autoetnografiassa on kyse kirjoittajan omien kokemusten kuvaamisesta ja tuottamisesta tutkimustekstiksi, joka voi olla myös novelli, runo, esitys tai muunlaista taidetta. Tarkoitus on pyrkiä ymmärtämään yleistä tutkimalla yksityistä ja yksittäistä. Autoetnografisen lähestymistavan etuja on esimerkiksi se, että sen avulla voi kuvata sellaisia asioita, joita haastattelujen ja havainnoinnin avulla ei tavoiteta tai on hyvin vaikea tavoittaa. Autoetnografiaa on hyödynnetty esimerkiksi psykologisessa tutkimuksessa, hyvin arkaluontoisissa tutkimusaiheissa. Vaikka henkilökohtainen kokemus kytkeytyy kuvaamaan kulttuurisen kokemuksen nyansseja, se ei edusta koko ryhmän kokemusta. Se voi silti auttaa ymmärtämään, miltä jotkin asiat tuntuvat.²⁰²

Autoetnografia tai introspektio ovat tavanomaisia menetelmiä myös kulutuksen tutkimuksessa. Esimerkiksi Ryynänen ja Heinonen ovat hyödyntäneet sitä tarkastellessaan kulutuksen ajallisia kokemuksia toistuvissa kulutustapahtumissa kuten moottoripyörämessuilla. Hahmotellessaan eri ajallisuuksia Ryynänen ja Heinonen

¹⁹⁸ Ks. esim. Aarseth 2003; Bizzocchi & Tanenbaum 2011; Arjoranta 2015, 5–8.

¹⁹⁹ Aarseth 2003.

²⁰⁰ Arjoranta 2015, 5–8.

²⁰¹ Vesterinen 2001, 13–16.

²⁰² Uotinen 2010, 86–88; Ellis & Adams 2014, 254–276. Ks. myös Spry 2001.

ovat kiinnittäneet huomiota myös aistihavaintoihin ja kehollisuuteen, mutta muistuttavat, ettei tuloksia voi varsinaisesti yleistää muiden kokemuksiin ja että kokemusten tarkastelu on osin riippuvainen muistoista. He viittaavat Wallendorfin ja Brucksin autoetnografiaa käsittelevään tutkimusartikkeliin todetessaan, että autoetnografiasta on hyötyä, kun tutkijalla on kokemusta ja asiantuntijuutta aiheesta tai kun tutkimus edellyttää pitkää tarkastelujaksoa.²⁰³

Esineen lähiluku sekä autoetnografia menetelminä ovat heijastelleet paitsi Kimblen luonnetta lautapelinä myös pyrkimystäni tehdä tutkimuseettisesti kestäviä valintoja. Etenkin osallistuessani toisella Otaniemen vierailullani Ihmiskimblen pelaamiseen koin parhaaksi tarkkailla vain omaa pelaamistani. Peli nimittäin sisälsi alkoholin käyttöä, minkä vuoksi muiden osallistujien pelaamisen tarkkailu luvasta huolimatta olisi ollut kyseenalaista sekä tutkimuksen kannalta tarpeetonta. Ihmiskimblessä oli myös kyse laajemmasta ruumiillisesta kokemuksesta ja erilaisesta tilasta kuin esimerkiksi yksinpelussa, jossa istuin risti-istunnassa olohuoneen lattialla. Olen siten pystynyt vertailemaan myös omia pelikokemuksiani keskenään.

Uotisen mukaan autoetnografiassa voi muodostaa aineistoja mahdollisimman rehellisesti ja huolellisesti. Hän kirjoittaa pyrkineensä kuvailemaan omia tehosastokokemuksiaan aistimuistojen kautta ilman tietoista tulkintaa ja merkityksellistämistä.²⁰⁴ Kuten olen edellä kuvannut, on esineen lähiluku käsittänyt ruumiillista kokemusta ja aisteja. Bruce Johnson ja Hannu Salmi muistuttavat, että vaikka aistimuksemme ovat yksilöllisiä, ne ovat myös sidoksissa kulttuuriin ja menneisyyden ihmisten kokemuksiin. Aistimukset eivät ole aina siis omiamme, vaan kulttuurisesti välittyneitä ja suodattuneita. Myös aistien ja tunteiden tarinat kytkeytyvät toisiinsa. He esittävät kysymyksiä siitä, millaisia ovat tutkimuskohdetta kehystävät aineelliset olosuhteet ja millaisia aistimuksia eri sosiaaliin tilanteisiin voi liittyä.²⁰⁵ Ihmiskimble-kokemukseni sisältää aistieni tulkintaa, joka rakentuu sosiaalisen tilanteen ympärille. Arvelen tämän johtuvan siitä, etten Uotisen tavoin ollut kokemukseni hetkellä tiedottomassa tilassa vaan tietoinen, analysoiva tutkija. Esineen lähiluvussa olen ollut tietoinen esimerkiksi Kimblen aiheuttamista ärsytyksen tunteista käyttäjissä, ja pyrkinyt sitä kautta myös reflektoimaan ja ymmärtämään näitä tunteita niin itsessäni kuin muissa.

Esineen lähiluvusta on ollut hyötyä etenkin aineistonkeruun suunnittelussa; se on vaikuttanut esimerkiksi kyselyrunгон muodostumiseen. Toisaalta se on myös ohjannut aineiston käsittelyä esimerkiksi toisessa väitöskirja-artikkelissani sekä

²⁰³ Ryynänen & Heinonen 2021; Wallendorf & Brucks 1993. Wallendorf & Brucks ovat nähneet pelkän tutkijaintrospektion (tutkija tutkii itseään ja omia kokemuksiaan) ongelmallisena.

²⁰⁴ Uotinen 2010, 88–89.

²⁰⁵ Johnson & Salmi 2012, 82–83, 88, 91.

auttanut ymmärtämään käyttäjien vastauksia. Lähiluvun ja kyselyvastausten välillä on samankaltaisuuksia. Esimerkiksi yksinpelussa kehitin suosikkijoukkueen ja havaitsin itsessäni kilpailuhenkisyttä itseäni vastaan, kuten oli tehnyt yksi kyselyvastaajakin. Kilpailuhenkisyys korostui luonnollisesti vasta seurueessa, ja tunnistin myös vahingonilon tunteita muutaman kyselyvastaajan tavoin. Myös pilkanteko tuli uudeksi osa-alueeksi, ja koko pelitilanne aiheutti ilon ja jännityksen tunteita. Havaitsin myös taikauskon syntyä: oman *Turtles Kimbleni* oranssinaamioisilla pelinappuloilla on tapana hävitä pelaajasta riippumatta, kun taas eräällä kyselyvastaajalla samaisessa versiossa huono onni osuu violettinaamioisille nappuloille.

Olen siis tutkimuksessani yhdistänyt esineen lähilukua, autoetnografiaa ja havainnointia. Esineen lähiluku on ollut tärkeä osa tutkimusaineistoa ja -prosessia, mutta tutkimukseni olisi voinut tehdä ilman autoetnografiaakin. Lähestymistavoista olisin voinut tyytyä esimerkiksi osallistuvaan havainnointiin. Tutkimukseni sisältää jo havainnointia kuten ensimmäisen vierailuni Otaniemessä, mutta osallistuva havainnointi tarkoittaa, että havainnoiva tutkija osallistuu tavalla tai toisella tutkimaan yhteisön toimintaan²⁰⁶. Osallistuva havainnointi eroaa autoetnografiasta siinä, että tutkija tekee havaintoja jostain yhteisöstä, ei itsestään. Raja on kuitenkin häilyvä, sillä tutkija voi halutessaan viedä tutkimuksensa niinkin pitkälle, että elää täysin samaa elämää kuin tutkimuskohteensa. Yhteistä molemmille menetelmille on kuitenkin subjektiivisuus; jokainen tutkija tuottaa omanlaistansa havainnointia ja autoetnografiaa.²⁰⁷

Itselleni esineen lähiluku on tarkoittanut visuaalisen, materiaalisen, kehollisuuden, psyykkisyyden sekä tulkinnan yhdistämistä. Tämä on syy myös sille, miksi en puhu lähipelamisesta, koska olen lähestynyt Kimbleä kokonaisvaltaisesti esineenä, en vain pelinä. Olen kokeilemalla Kimbleä ja sen eri versioita pohtinut, miltä tuote tuntuu ja mitä ajatuksia se herättää, ja siten pyrkinyt vertaamaan ja ymmärtämään muiden Kimble-käyttäjien ajatuksia. Olen esimerkiksi havainnut, miten noppakuvun jäykkyys vaihtelee: toisia kupuja on painettava voimaa käyttäen, kun taas toiset kuvut ovat kevyempiä painaa. Lähilukemalla Kimbleä olen pyrkinyt tavoittamaan sitä ajatusta, miksi Kimblen suosio on säilynyt niin pitkään, ja toisaalta, miksi se ärsyttää niin paljon.

3.6 Tutkimukseen jää aukkoja – tarkoituksella

Väitöskirjani tutkimuseettiset ongelmat ovat alusta alkaen liittyneet etenkin valmistajaan, tuotteeseen sekä suunniteltuun vanhentamiseen. Olen todennut eettisten

²⁰⁶ Eskola & Suoranta 2014, 99–104.

²⁰⁷ Eskola & Suoranta 2014, 99–104; Uotinen 2010, 86–88; Ellis & Adams 2014, 254–276.

ongelmien olevan kahdenlaisia: koska sekä tuote että valmistaja toimivat yhä markkinoilla, tutkimukseni ei saisi vaarantaa niiden mainetta ja menekkiä. Tutkimus voi viedä tenhon Kimblestä, jos kerron siitä kaiken. Toisaalta tutkimukseni saattaa pönkittää yhtiön ja Kimblen menestystä ja lisätä kiinnostusta tuotteeseen, ja tämä taas asettaa minut kyseenalaiseen valoon tiedeyhteisön silmissä. Joudun tasapainoilemaan tiedeyhteisön sekä yhtiön vaatimusten ja odotusten välillä. Lähtökohteisesti yhtiön ja suvun ulkopuolisena tutkijana minun on ollut helpompaa tehdä kriittistä tutkimusta, kun olen pystynyt kyseenalaistamaan minulle kerrottuja seikkoja sekä tutkimaan arkaluontoisia aiheita kuten esimerkiksi suunniteltua vanhentamista.

Tutkimuksen alussa tutkimustyöni on kuitenkin ollut hyvin varovaista, ja sen voi nähdä ensimmäisissä väitöskirja-artikkeleissani kriittisyyden puutteena. Pelko haastateltavien suhtautumisesta kriittisesti esitettyihin tutkimustuloksiin tai arkaluontoisten aiheiden kuten suunnitellun vanhentamisen tutkiminen voivat tehdä aloittelevasta tutkijasta varovaisen. Vanhentamista tapahtuu tavalla tai toisella, mutta yrityksiä vaivaa pelko leimasta. Asiantuntijat ovat aiheellisesti kyseenalaistaneet Kimblen soveltuvuuden suunnitellun vanhentamisen tutkimuskohteena, minkä vuoksi olen täsmentänyt vanhentamisen olevan osa laajempaa tutkimuskokonaisuutta ja tuotteen elinkaarta. Tavoitteenani on ollut tarkastella sitä, miten suunniteltu vanhentaminen näkyy Kimblen elinkaareissa ja miten Kimble mahdollisesti vaatii muokkaamaan käsityksiä vanhentamisesta. Neljännessä artikkelissa olenkin tarkastellut sitä, miten Kimblen kaltaiset tuotteet pakottavat laajentamaan vanhentamisen merkityksiä sopeuttavaan ja pakotettuun vanhentamiseen²⁰⁸.

Suunniteltu vanhentaminen ei siis ole yhdellekään yritykselle mieluinen puheenaihe. Lähtökohteisesti sen olemassaolo kielletään, ja tuotevalmistajat puhuvat ennemminkin tuotekehittelystä sekä kuluttajien vaatimuksiin sopeutumisesta²⁰⁹. Suunnitellun vanhentamisen tutkimus koskettaa lähinnä sen seuraamuksia kuten ilmastonmuutosta, kestävämmän kulutusta ja e-jätettä. Vähemmän tutkimus vastaa siihen, miten tehdä tutkimuseettisesti kestävä tutkimusta suunnitellusta vanhentamisesta, millaisia tutkimuseettisiä kysymyksiä vanhentamisen tutkimukseen liittyy ja miten osallistaa yritykset mukaan tähän tärkeään aiheeseen.²¹⁰ Tässä tutkimuksessa teenkin läpinäkyväksi sen, että olen keskustellut haastateltavieni kanssa suunnitellusta vanhentamisesta ja he ovat kertoneet siitä oman näkemyksensä yrityksen asiantuntijoina.

²⁰⁸ Artikkelit IV.

²⁰⁹ Ks. esim. Spinney et al. 2012.

²¹⁰ Ks. esim. Slade 2006, joka käsittelee vanhentamista pääosin kirjallisten lähteiden perusteella.

Vaikka aloitteleva tutkija tiedostaa etukäteen joitain eettisiä haasteita, tulee myös uusia eteen ja ne on syytä tuoda päivänvaloon. Myös tutkimuseettiikka päivittyy jatkuvasti ja käytännöt täsmentyvät. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (TENK) Internet-sivuilla listataan hyvän tieteellisen käytännön lähtökohdiksi muun muassa tiedeyhteisön tunnustamia toimintatapoja kuten rehellisyyttä, yleistä huolellisuutta sekä tarkkuutta niin tutkimustyössä, tulosten tallentamisessa ja esittämisessä kuin tutkimusten ja tulosten arvioinnissa. Tiedonhankinta-, tutkimus- ja arviointimenetelmien tulee olla tieteellisen tutkimuksen kriteerien mukaisia ja eettisesti kestäviä. Tiedeviestintään kuuluvat avoimuus ja vastuullisuus. Muiden tutkijoiden tekemää työtä on kunnioitettava, ja niihin on viitattava asianmukaisella tavalla. Aineistot tulee tallentaa asetettujen vaatimusten mukaisesti. Lisäksi tarvittavat tutkimusluvut on hankittu, ja ennen tutkimuksen aloittamista on tarvittaessa tehty eettistä arviointia.²¹¹

Joskus vaikuttaa siltä, että tutkimuseettiikka liitetään yleisesti lähinnä hyvin vaikeisiin ja arkaluontoisiin tutkimusaiheisiin. Tutkimuseettiikka ja hyvä tieteellinen käytäntö koskettavat kuitenkin kaikkea tutkimusta. Tutkimuseettiikka kulkee mukana koko tutkimuksen ajan, myös sen päätyttyä. Vakavien tapauksien lisäksi Arja Kuulan mukaan tutkimuseettiikkaa tarvitaan erityisesti tilanteissa, joissa ilmenee eri suuntiin vieviä tavoitteita tai intressejä. Yhtäältä sen voisi tulkita olevan tarpeen vain ongelmien ilmetessä, mutta kyse on pikemminkin tasapainoiluista korkealatuisten tieteen tekemisen ja tutkittavien ja tutkimusaiheen kunnioittamisen välimaastossa. Kuula huomauttaa myös, että tutkimuseettisesti sopivat ratkaisut ovat aina tapauskohtaisia. Jokaisen tutkijan on siis itse sovellettava annettuja ohjeita omaan tutkimukseensa hyvän tieteellisen käytännön ohjeita noudattaen. Kuulan teoksessa esitetyt ohjeet ja neuvot soveltuvat pääosin kaikille, jotka keräävät aineistoa suoraan ihmisiltä.²¹²

Oman tutkimukseni aineisto on ollut pääosin ihmislähtöistä, kun olen kerännyt tietoja Kimblen valmistajalta ja sitä pelanneilta ihmisiltä. Kohtaamani tutkimuseettiset haasteet ovatkin syntyneet juuri aineistonkeruun yhteydessä. Esimerkiksi lähettäessäni ensimmäistä väitöskirja-artikkeliani asiantuntijoiden kommentoitavaksi paljastui, että olin unohtanut ilmoittaa haastattelun nauhoituksesta. Haastattelujen aluksi asetin nauhurin joka kerta selkeästi pöydälle haastateltavan ja itseni välille, ja lopuksi pyysin lupaa haastattelun käyttöön nauhalle tai sitten olen vielä erikseen pyytänyt sitä sähköpostitse. Haastateltavat eivät myöskään huomauttaneet nauhoittamisesta. Tämä johti kuitenkin siihen, että yksi haastateltavista vaati haastattelusi- taattien stilisointia, jonka tein kaikkiin haastatteluihin, ja lopulta myöhemmin päädyin käyttämään pelkkiä parafraseja. Virhe ei sinänsä ollut vakava, enkä syyllis-

²¹¹ TENK: Hyvä tieteellinen käytäntö, www.tenk.fi.

²¹² Kuula 2011, 11–12, 16.

tynyt salanauhoitukseen²¹³. Muun muassa Eskola ja Suoranta ovat kuitenkin todenneet, että nauhoittamisesta on syytä sopia aina etukäteen haastateltavan kanssa. Mikäli haastateltava ei anna lupaa nauhoittamiseen, voi pohtia, riittävätkö haastattelusta tehdyt muistiinpanot aineistoksi vai kannattaako haastattelu jättää tekemättä.²¹⁴ Yhtäkään haastattelua en olisi pystynyt tekemään ilman nauhoitusta, sillä jokainen haastattelu sisältää paljon informaatiota.

Ongelma sai minut kuitenkin pohtimaan haastatteluaineistojen säilyttämistä ja mahdollista jatkokäyttöä, johon liittyviä eettisiä kysymyksiä Arja Kuula ja Sanni Tiitinen ovat yhdessä tarkastelleet. Haastattelujen ja vastaavanlaisten aineistojen jatkokäyttö herättävät tutkijoissa huolta, sillä etenkin haastattelutilanteissa kaikki osapuolet olettavat aineiston syntyvän luottamuksellisessa suhteessa. Tutkija saattaa pohtia, voiko sillä perustein kukaan muu tutkia aineistoa. Tähän sisältyy myös ajatus siitä, ettei haastateltava osaa säädellä yksityisyyttään haastattelun aikana, joka Kuulan ja Tiitisen mukaan on hieman turha pelko.²¹⁵

Haastattelut ja aineistonkeruu yleisestikin tulisi suunnitella niin, että jatkokäyttö on mahdollista. Perusteena aineiston säilytykselle ja jatkokäytölle voi olla se, että aineistosta tulee joskus historiallisesta merkittävää, joten aineiston huolellinen hankinta ja työstö ovat tärkeitä alusta alkaen. Tutkittaville on kuitenkin myös aina tutkimuksen alussa tai aineistonkeruun yhteydessä kerrottava jatkokäytöstä ja mahdollisesta arkistoinnista.²¹⁶ Vaikka olen osaltani ilmoittanut joidenkin aineistojen yhteydessä mahdollisuudesta jatkokäyttöön, olen todennut, etten voi luovuttaa eteenpäin arkistoitavaksi ainakaan haastatteluaineistoja, jotka koen tehneeni nauttien haastateltavieni luottamusta. On mahdollista, että minulle on vahingossa paljastettu jotakin salassa pidettävää tietoa, jolloin vastuuni aineiston kohtalosta korostuu. Myös tekemäni virhe keruuvaiheessa vaikuttaa siihen, että haastatteluaineiston käyttö päättyy tähän väitöskirjaan. Lisäksi aineiston tuhoaminen portaittain kymmenen vuoden sisään siten, että viiden vuoden päästä väitöskirjan ilmestymisestä tuhoan aineistojen digitaaliset versiot ja kymmenen vuoden päästä myös paperiversiot on mahdollinen toimintatapa²¹⁷.

Tutkimukseni muita eettisiä haasteita ovat olleet verkkokyselyn ja haastattelujen henkilötiedot, opiskelijoiden juomapelikulttuurin dokumentointi sekä tuotteen kuvaaminen ja esittäminen. Keräsin henkilötietoja kuten nimen, osoitteen ja puhelinnumeron, jotka vastaajat antoivat vapaaehtoisesti, mikäli he halusivat osallistua kyselyn kannustimena olleeseen arvontaan. Muita henkilötietoja, jotka ovat liitty-

²¹³ Olen myös lähettänyt tutkimusartikkelit haastateltavien nähtäväksi ennen julkaisua.

²¹⁴ Eskola & Suoranta 2014, 90–91.

²¹⁵ Kuula & Tiitinen 2010, 446–447.

²¹⁶ Kuula & Tiitinen 2010, 450–457.

²¹⁷ Aineiston tuhoaminen edellyttää kuitenkin haastateltavien suostumusta.

neet itse kyselyyn, ovat olleet vastaajien taustatiedot: syntymävuosi, sukupuoli, asuinmaakunta sekä ammatillinen status koululaisesta eläkeläiseen. Kyselyvastaukset sisältävät epäsuoria henkilötietoja kuten muistoja, joista vastaajien läheiset voivat heidät tunnistaa. Olen pyrkinyt huomioimaan tämän, ja jättänyt esimerkiksi arimmat muistot julkaisematta. Myös haastattelunauhut sisältävät henkilötietoja kuten ääntä. Nykyisten henkilötietolakien mukaan rekisterinpitäjä on velvollinen informoimaan rekisteröityjä eikä arkaluontoisia tietoja kuten etniseen alkuperään tai seksuaaliseen suuntautumiseen liittyviä tietoja saa kerätä.²¹⁸ Oma informointini on sisältänyt tiedot, mihin henkilötietoja kerätään ja käytetään. Yhteystietoja ei siis ole yhdistetty kyselyvastauksiin, niitä ei ole luovutettu kolmansille osapuolille ja lisäksi olen poistanut ne arvonnän jälkeen. Tutkimuksen edetessä olen poistanut kyselyvastaukset Webropolista. Olen säilyttänyt kyselyraporteista versiot, jotka sisältävät vastaajien taustaa koskevat henkilötiedot ja viitannut vastaajiin nimettömänä kertoen heistä lähinnä syntymävuoden ja sukupuolen, koska heidän tunnistaminen ei ole ollut tarpeen²¹⁹.

Opiskelijoiden juomapelaamisen dokumentointi oli haaste sinänsä, sillä vaikka kyse on yhden Kimblen käyttökulttuurin tutkimuksesta, on silti eettisesti arveluttavaa julkaista aiheeseen liittyviä kuvia. Lopulta päädyin dokumentoimaan pelaamista sen alkuvaiheessa, kun juopumista ei ollut vielä tapahtunut. Lisäksi julkaistut kuvat saivat asianosaisten hyväksynnän.

Saman tyyppiseen ongelmaan liittyy myös se, miten esitän Kimblen tutkimuksessani. Esimerkiksi Kimblestä ottamani kuvat ovat korkealaatuisia, ja olen päättänyt esittämään Kimblen aina puhdasta valkoista taustaa vasten. Olen myös pohtinut, miten paljon kerron Kimblestä: Kuvaanko ja dokumentoinko kaikki mahdolliset Kimblet, vaikka aineisto kyllääntyy nopeasti? Teenkö uusia haastattelukierroksia, ja selvitän juurta jaksain kaikki mahdolliset faktat pelistä? Onko sellainen edes mahdollista? Vaikka koen, että olisi ollut velvollisuuteni kertoa Kimblestä mahdollisimman monipuolisesti, hyödyntää kaikki keräämäni aineisto ja kerätä sitä lisää, on minun todettava, että on parempi, että tutkimukseeni jää aukkoja – tarkoituksella. Katson velvollisuudekseni jättää osan asioista sanomatta, vaikka vain siksi, ettei Kimble menetä kaikkea tenhoaan.

Tämä on retrospektiivinen katsaus erityisesti aineiston kokoamiseen liittyvistä ongelmista, joita tämänkaltaisessa tutkimuksessa voi kohdata. Riikka Turtiaisen mukaan muut tutkimuksen tekoon liittyvät valinnat saattavat jäädä tämän varjoon, vaikka kestäväää tutkimusta tehtäessä tulisi tiedostaa eettisten valintatilanteiden jatkuva läsnäolo. Sen tulee läpäistä koko tutkimusprosessi. Vaikka Turtiaisen mu-

²¹⁸ Tietosuoja: henkilötietojen käsittely, www.tietosuoja.fi; Tietosuoja: Mikä on henkilötieto?, www.tietosuoja.fi. Laadin myös kyselyä tehdessäni rekisteriselosteen.

²¹⁹ Tietosuoja: henkilötietojen käsittely, www.tietosuoja.fi.

kaan retrospektiivinen tutkimuseettisten valintojen pohtiminen ei välttämättä ole hyödyllistä käsillä olevan tutkimuksen kannalta, se ei paranna tutkimuksen laatua eikä sille aina anneta arvoa, voi asioiden tunnustamisesta olla jotain hyötyäkin.²²⁰ Vähintään tutkija itse oppii virheidensä kautta tekemään tutkimuseettisesti kestäväää tutkimusta.

²²⁰ Turtiainen 2012, 45.

4 Uustuotantoprosessi

Kuten viittasin aineistoluvun yhteydessä, uustuotantoprosessin tutkimuksen tulisi perustua ensikäden tietoon tuotteen elinkaaren eri vaiheista eli ilmestymisajankohdista, muutoksista ja tarinasta. Ensikäden tiedon eli valmistajan antamien tietojen pohjalta tehdyt tulkinnat prosessista ovat luotettavampia kuin toisen käden lähteiden pohjalta tehdyt tulkinnat. On kuitenkin mahdollista, että valmistajan tiedoissa on virheitä tai tutkija itse tulkitsee niitä väärin. Kaikki tieto ei myöskään ole vapaasti saatavilla: valmistaja voi pelätä tietojen väärinkäyttöä tai tiedot ovat huonosti arkistoituja. Valmistaja voi myös muistaa väärin juuri siksi, ettei tietoja ole arkistoitu riittävän hyvin. Esimerkiksi joidenkin lisenssiversioiden ilmestymisajankohdista en saanut täyttä varmuutta. Tämän tyyppinen tiedon epävarmuus on osaltaan vaikuttanut Kimblen uustuotantoprosessin kuvaukseen, jolloin siihen jää aukkoja. Mutta kuten tutkimuseettisiä kysymyksiä tarkastelevassa luvussa aiemmin totesin, on toisaalta tuotteen ja valmistajan kannalta hyvä, että aukkoja jää.

Olen siis kerännyt valmistajalta tietoja Kimblen historiasta, sen julkaisuajankohdista, muutoksista ja valmistusprosessista. Koska valmistajan edustajat eivät ole tunteneet uustuotantoprosessia, en ole voinut käyttää siihen liittyvää terminologiaa keskustellessani heidän kanssaan. Olen esittänyt asiat yleistajuisesti, ja tulkinnut vastauksia uustuotantoprosessin käsitteistön valossa. Esimerkiksi etsiessäni tietoja Kimblen lepovaiheista en ole käyttänyt lepovaiheen käsitettä, vaan puhunut mahdollisista tauoista valmistuksessa.²²¹ Olen siis etic-tyyppisten eli tutkijan itsensä luomien jaottelujen sijaan tutkinut aineistosta emic-tyyppisiä eli tekstissä itsessään olevia luokitteluja, ja näin rakentanut kokonaiskuvaa Kimblen uustuotantoprosessista²²².

Tämä luku osoittaa sen, ettei täydelliseen ja raakaan faktaan pohjautuvan uustuotantoprosessin esittäminen ole helppoa eikä välttämättä olennaisinta. Tuotteen elinkaaresta ja käyttäytymisestä markkinoilla voi silti saada pelkästään valmistajan puheen perusteella arvokasta tietoa, joka muuttaa käsitystä uustuotantoprosessista. Seuraavat alaluvut muodostavat uustuotantoprosessin tarkastelun kokonaisuuden:

²²¹ Ks. Liite 1.

²²² Ks. Alasuutari 2011, 120–121.

Kertaan ensin lyhyesti kehittämäni uustuotantoprosessin alustavaa rakennetta ja käsitteistöä. Tämän jälkeen siirrän tarkastelun uustuotantoprosessin osa-alueisiin, jotka ovat syntyneet Kimble-aineiston analyysiprosessin tuloksena ja joita olen käsitellyt väitöskirja-artikkeleissani. Näitä ovat merkityksellinen historia, pysyvät ja muuttuvat ominaisuudet sekä käyttäjäkulttuuri. Luon käsityksen Kimblen uustuotantoprosessista vertaamalla sitä suunniteltua vanhentamista painottavaan uustuotantoprosessiin, ja muodostan siten prosessin reunaehdot. Viimeisessä alaluvussa esittelen uustuotantoprosessin mallin ja sen askelmat, joiden avulla voi joko tutkia uustuotantoprosessissa olevia tuotteita tai suunnitella tuotteen elinkaaren.

4.1 Uustuotantoprosessin alustava rakenne ja käsitteistö

Olen tehnyt uustuotantoprosessiin liittyvät alustavat havainnot Fred Davisin ajatuksen ja Disneyn *Lumikki ja seitsemän kääpiötä* -elokuvan julkaisujen pohjalta. Elokuva valikoitui aikoinaan esimerkiksi tunnetusta ja pitkäikäisestä markkinoita kiertävästä mediatuotteesta, joiden kierrättämiseen Daviskin viittaa. Valikoitumiseen ovat vaikuttaneet myös Disneytä tutkineen Janet Waskon viittaukset yhtiön tavasta julkaista elokuviaan uudelleen. Elokuvan elinkaari rakentui lehtikirjoitusten sekä internet-tietokantojen perusteella, ja se rajautui elokuvan uudelleenjulkaisuihin Suomessa vuosien 1938²²³–2009 aikana. Tämän pohjalta uustuotantoprosessin keskeisimpiä käsitteitä ovat *suunniteltu vanhentaminen*, *suunniteltu henkiinherättäminen*, *uustuotantoprosessi*, *alkuperäinen tuotantovaihe*, *lepovaihe*, *uustuotantovaihe*, *sumea uusversio* ja *selkeä uusversio*.²²⁴

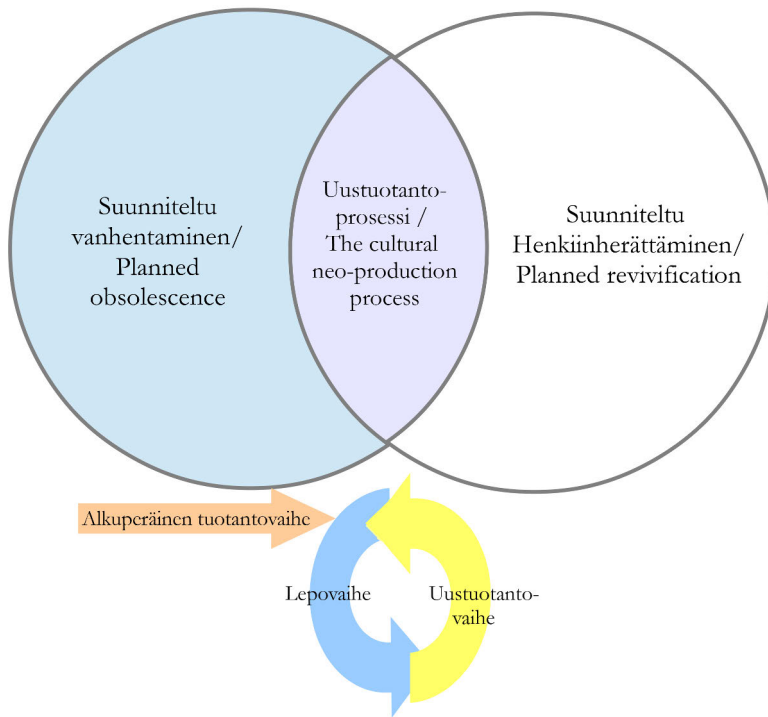
Olen vanhentamista käsitteleviin tutkimuksiin ja populaariteoksiin nojaten sekä tuote-esimerkin pohjalta määritellyt *suunnitellun vanhentamisen* tuotteen tai palvelun käyttöiän tahalliseksi lyhentämiseksi teknologisin, materiaalisin ja/tai psykologisin keinoin. Tuote hajoaa ennenaikaisesti tai poistuu kuluttajan käytöstä, ennen kuin kuluttaja on käyttänyt sen loppuun. *Suunniteltu henkiinherättäminen* toimii vanhentamiselle vastakkaisena ilmiönä: Fred Davisin mukaan kyse on nostalgiaa hyödyntävästä mediatuotteiden kierrättämisestä, kun taas itse olen määritellyt henkiinherättämiselle myös teknologisia, materiaalisia ja psykologisia keinoja. Henkiinherätyksen kohteena voi olla vanha teknologia tai vastaavasti vanha tuote herää henkiin uuden teknologian avulla. Nostalgia on näkemykseni mukaan yksi psyko-

²²³ Lumikki ilmestyi Suomessa ensimmäisen kerran vuonna 1938 ja Yhdysvalloissa vuonna 1937. (Sihvonon 2014a.)

²²⁴ Sihvonon 2014a. Ks. Davis 1979, 133–134 sekä Wasko 2001, 21, 30–31, 43–46.

logisen henkiinherättämisen tavoista. Lisäksi olen todennut henkiinherättämisen koskettavan myös muitakin kuin mediatuotteita.²²⁵

Uustuotantoprosessi (kuva 2) muodostuu suunnitellun vanhentamisen ja henkiinherättämisen synteisistä. Keskeinen ajatus on, että vanhentaminen ja henkiinherättäminen vuorottelevat kulttuurituotteen elinkaarella siten, että vanhentaminen vie tuotteen lepovaiheeseen eli passivoi ja henkiinherättäminen puolestaan aktivoi eli tuo tuotteen uustuotantovaiheeseen. Lepovaihe kuvastaa siten selkeää katkosta tuotteen elinkaarella; tuote ei ole tuolloin kuluttajien saatavilla. Uustuotantovaiheessa tuote palaa markkinoille tauon jälkeen.²²⁶



Kuva 2: Käyttämiäni tapoja kuvata uustuotantoprosessia: suunnitellun vanhentamisen ja henkiinherättämisen välinen suhde sekä prosessin kulku. (Sihvonen 2014a, 84, 86.)

Lepo- ja uustuotantovaiheiden lisäksi uustuotantoprosessin *alkuperäinen tuotantovaihe* on tärkeä. Alkuperäisessä tuotantovaiheessa tuote ilmestyy enimmäistään kerran, eikä sillä ole vielä valmista yleisöä tai käyttäjäkuntaa. Oletuksena on, että al-

²²⁵ Davis 1979, 133–134; Sihvonen 2014a, 3, 72–73, 78–80; Sihvonen 2014b. Ks. myös. Packard 1960 sekä Slade 2006.

²²⁶ Sihvonen 2014a, 82–86.

kuperäisessä tuotantovaiheessa määrittävät tuotteen ominaisuudet, jotka korostuvat myöhemmin henkiinherätysten yhteydessä. Toisin sanoen ominaisuudet auttavat yleisöä rakentamaan tuotteesta tietynlaisen kuvan ja tekevät tuotteesta tutun ja turvallisen. Nämä ominaisuudet ovat oletetusti suhteellisen pysyviä.²²⁷

Uustuotantovaiheissa ilmestyvät tuoteversiot on myös syytä erottaa alkuperäisestä versiosta. Kuten alkuperäinen tuotantovaihe myös alkuperäinen versio on ainutlaatuinen, koska sillä ei ole vakiintunutta käyttäjäkuntaa. *Uusversio* tarkoittaa kaikkia alkuperäisen version jälkeen ilmestyneitä saman tuotteen tuoteversioita. Uusversiolla on jo olemassa oleva käyttäjäkunta. Tästä syystä uusversiota ei voi nimittää alkuperäiseksi versioksi, vaikka ne olisivat keskenään identtiset. Usein uusversio on kuitenkin jollain tavalla uudistunut alkuperäiseen tai edelliseen uusversioon nähden, minkä vuoksi on eroteltava *sume*a ja *selkeä uusversio* toisistaan. Valmistaja voi muuttaa ja uudistaa tuotteen joitain osia kuten ulkonäköä, yksityiskohtia, osia, jakeluformaattia tai tarjoamalla tuotteen ohessa kylkiäisiä. Jos valmistaja uudistaa tuotetta, on kyse selkeästä uusversiosta. Sumeassa uusversiossa ei ole uudistuksia, jolloin tuote on identtinen joko alkuperäisen version tai jonkin aiemman uusversion kanssa.²²⁸

Näitä alustavia havaintoja vasten olen halunnut väitöskirjassani selvittää, voiko vastaavanlainen linkaari olla mahdollinen myös muilla kuin mediatuotteilla. Valitsemalla mediatuotteelle täysin vastakkaisen, hyvinkin materiaalsen tuotteen, olen kyennyt vertailemaan käsitteiden toimivuutta, tuottamaan uusia osa-alueita ja käsitteitä sekä rakentamaan yleispätevän mallin uustuotantoprosessista reunaehtoineen. Tarkastelen seuraavaksi uustuotantoprosessin osa-alueita ja niiden syntyä.

4.2 Uustuotantoprosessin osa-alueet

Ensimmäinen alatutkimuskysymykseni kuului, *mitä osa-alueita prosessiin kuuluu*. Seuraavat uustuotantoprosessin osa-alueet eli historia, pysyvät ominaisuudet ja muutokset sekä esineiden elämäkerrat ja käyttökulttuuri ovat rakentuneet Kimblen, uustuotantoprosessin käsitteistön ja teoreettisen viitekehyksen synteesisistä ja vertailusta. Esimerkiksi Lumikki-elokuva kiinnittyi toistuvasti etenkin ilmestymisajankohtaansa kahdella tavalla. Lumikista tuotiin lehtikirjoituksissa esille se, miten elokuva ilmestyessään heijasti 1930-luvun lama-aikaa ja kovaa työmoraalia, mutta toisaalta elokuvan edustama käsityö ja teknologiset saavutukset herättivät ihmetystä ja kunnioitusta 2000-luvun kirjoituksissa.²²⁹ Samalla tavoin Kimble sitoutuu varhaisiin vaiheisiinsa; menestystä selitetään esimerkiksi poikkeavuudella sen ajan

²²⁷ Sihvonon 2014a, 84, 99–100.

²²⁸ Sihvonon 2014a, 84–88.

²²⁹ Sihvonon 2014a, 99–100.

muihin lautapeleihin ja Arne Heljakan myyntitaidoilla²³⁰. Yhteistä kummallekin tuotteelle on myös se, että ne ovat yhtiöidensä ensimmäisiä tuotteita ja jonkinasteisia käännekohtia vähintään yhtiöidensä historiassa²³¹.

Alkuperäisen tuotantovaiheen rooli korostuu tuotteen uudelleenjulkaisupotentiaalın tarkastelussa, mutta se ei yksinään riitä kertomaan koko totuutta siitä, miten tuote säilyy uustuotantoprosessissa. Kuten osoitan seuraavaksi historiaa käsittelevässä alaluvussa, että vaikka Kimblen historian esitykset painottuvat edelleen sen varhaisvaiheisiin eli alkuperäiseen tuotantovaiheeseen, valmistajayhtiö tuottaa historiallista ainesta jatkuvasti lisää järjestämällä esimerkiksi tapahtumia. Historiallista ainesta syntyy myös yhtiön ulkopuolella mediahuomion muodossa.

Pysyviä ominaisuuksia ja muutoksia käsittelevä alaluku on rakentunut puolestaan käyttäjänäkökulman eli kyselyaineiston karttuessa sekä uusversioiden tarkastelussa. Muutokset ovat sinällään helposti havaittavissa, ja ne ovat merkittävä osa uustuotantoprosessia. Vastoin tätä lähdin väitöskirjatutkimuksessani ensin liikkeelle siitä, mitä Kimblessä ei oltu vielä muutettu. Minua kiinnosti myös, mitä käyttäjät havaitsivat Kimblestä. Esimerkiksi kestävyys mainittiin joko suoraan tai epäsuoraan, jolloin tartuin siihen yhtenä pysyvänä ominaisuutena. Vielä nykyäänkin yhtiö itse mainostaa Kimbleä kestäväenä tuotteena²³². Myös suunniteltu vanhentaminen yhtenä uustuotantoprosessin osailmiönä ja kontekstina vaikuttivat valintaan käsitellä kestävyyttä.

Kolmannen alaluvun tarkoituksena on osoittaa, että tuote voi esineenä saada laajempia käyttöyhteyksiä ja merkityksiä kuin on tarkoitettu. Uustuotantoprosessin kannalta tämä on merkittävää, koska se antaa viitteitä käyttäjän suhteesta tuotteeseen: suhde elää ja muuttuu, ja sillä on vaikutusta uustuotantoprosessin kestoön. Erilaiset käyttökulttuurit voivat olla sidoksissa aikaansa ja käyttäjäryhmiinsä, ja tämä osio palvelee esimerkkinä siitä.

Lukujen sisältö tiivistyy ajatukseen Kimblen klassisesta yksinkertaisuudesta: peli on helppo, lähestyttävä sekä käyttäjiinsä ja aikaansa sopeutuva. Kyse ei ole pelkästään nostalgiasta, sillä sitä ei voi ennustaa tai rakentaa tuotteeseen valmiiksi sisään eivätkä kaikki käyttäjät sitä koe. Osa-alueet valaisevat muita kuin nostalgiaan liittyviä syitä sille, miksi peli on uustuotantoprosessissa.

²³⁰ Ks. esim. Artikkelit I; Artikkelit II.

²³¹ Ks. Suominen & Sivula 2016. Suominen ja Sivula ovat käsitelleet ensimmäisen digitaalisen pelin monumentalisoitumista Suomessa.

²³² Ks. esim. yhtiön tuotekatalogi, Tactic Suomi 2014.

4.2.1 Historia

"Minä tiedän, mistä Lelutehtaan historia löytyy. Arkistosta! Mennään sinne!"²³³

Yllä oleva sitaatti on vuonna 2017 ilmestyneestä Katriina Heljakan kirjoittamasta ja Katri Vainiomäen kuvittamasta puuhakirjasta *Poppi ja Noppa ja Lelutehtaan aarre*. Kyseessä on Tactic Games Oy:n ja Kimble-lautapelin 50-vuotistaipaleen kunniaksi tehty juhlaKirja, joka on pääasiassa suunnattu lapsille mutta joka sisältää tietopaketteja sekä yhtiön historiaa vuosien varrelta. Teos on esimerkki siitä, miten yhtiön historiaa on tarinallistettu, pelillistetty ja miten yhtiö käyttää ja tuotteistaa omaa historiaansa. Sitaatissa mainittu arkisto viittaa yhtiön kahteen lautapeliarkistoon, joissa säilytetään harvinaisuuksia sekä tuotesuunnittelun mallipelejä²³⁴ ja joista osa tämänkin tutkimuksen aineistosta on peräisin.

Ensimmäinen väitöskirja-artikkelini **Klassikoksi rakennettu – Erään lautapelin historia** käsittelee Tactic Games Oy:n ja Kimble-lautapelin historiaa ja sen käyttötapoja osana yhtiön sisäistä ja ulkoista viestintää. Tactic Games Oy:n kohdalla on kyse siitä, että yhtiö on tunnistanut oman historiansa ja kulttuuriperintönsä ja lisäksi vaalii ja välittää sitä eteenpäin aktiivisesti. Historia on *imago- ja identiteettityön väline*, jota näkee myös yhtiön tuotteissa ja mediassa. Artikkelin runko pohjautuu Kimblen historian eri vaiheisiin, jotka erottuivat aineistossa selvästi erillisiksi ajallisiksi jaksoiksi: alkuvaihe 1967–1969²³⁵, suvantovaihe 1970–1999 sekä juonentumisvaihe 2000–2015. Alkuvaihe sisälsi Kimbleen ja Aarne Heljakkaan liittyvät tarinat, joita yhtiö on käyttänyt kaikkein aktiivisimmin Kimblen retroversiossa ja mediassa. Suvantovaiheessa Kimbleen ei välttämättä kytkeytynyt mitään julkisuudessa hyödynnettyä tarinaa, mutta yhtiön työntekijöiden kokemukset pääsivät esiin. Juonentumisvaihe sisälsi lisensoitujen versioiden ilmestymisen, erilaiset Kimble-tapahtumat ja käyttäjien osallistumisen niihin.²³⁶

Yksi väitöskirjatutkimukseni keskeisistä teeseistä on se, että uudelleenjulkaisutavilla tuotteilla on merkityksellinen alkuperäinen tuotantovaihe (historia / alkupe-
rämyytti), jonka tapahtumilla ja vaiheilla valmistajayhtiöt perustelevat tuotteen uudelleenjulkaisemista ja uudistamista. Alkuperäistä tuotantovaihetta sekä tarinallistetaan että hyödynnetään tuotteen uudelleenjulkaisujen yhteydessä. Uusia tarinoita myös syntyy uudelleenjulkaisujen yhteydessä, mutta näitä tarinoita ei välttämättä hyödynnetä aktiivisesti. Tuotteen historian tarkastelu jokaisen uustuotantovaiheen yhteydessä on yksi keino selvittää, miten tuotteen merkitykset rakentuvat

²³³ Heljakka ja Vainiomäki 2017, 27.

²³⁴ Ibid.

²³⁵ Artikkelissa on kirjoitusvirhe näissä vuosissa.

²³⁶ Artikkelin I. Ks. myös historiasta imago- ja identiteettityön välineenä Sivula 2014 sekä Sivula 2015.

kulttuurissa. Koska jokaisen uustuotantoprosessissa olevan tuotteen historia ja elinkaari ovat kuitenkin erilaisia eikä vastaavia väitöskirja-artikkelissani käsiteltyjä vaiheita välttämättä löydy kaikilta tuotteilta, on käsittelyjärjestys tässä luvussa toisenlainen. Uustuotantoprosessin kannalta on perustellumpaa tarkastella tuotteen historiaa kertojuuden, tuoteversioiden, tapahtumien ja mediahuomion näkökulmista, jotka on helppo myös suunnitella uuden tuotteen elinkaareen.

Olen viitannut artikkelissa tulevaisuusvisionääri ja tulevaisuudentutkija Rolf Jensenin määritelmiin tarinan rakentamistavoista ja kytkemisestä tuotteeseen. tarinat ovat tärkeä osa tuotetta, ja saattavat vaikuttaa kuluttajan ostopäätökseen voimakkaammin kuin järki ja käytännöllisyys. Ihmiset ostavat tarinoita, ja tarinat myös maksavat. Niitä voi myös tuottaa monella tapaa: hyödyntämällä tai liittämällä jonkun toisen tarinan omaan tuotteeseen, rakentaa niitä yhdessä asiakkaan kanssa tai itse esimerkiksi järjestämällä tapahtumia sekä antaa asiakkaalle mahdollisuus keksiä itse tarina, johon vaikuttaa.²³⁷ Nämä tavat voivat olla päällekkäisiä, ja niistä jokainen on löydettävissä myös Kimblestä.

Kimblen alkuperäinen tuotantovaihe muodostuu yhtiön sisällä yleisesti tunnetusta tarinasta pelin alkuperästä ja päätyemisestä Heljakan perheeseen. Vaiheiden pääkertojana on Tactic Games Oy:n (silloinen) toimitusjohtaja ja hallituksen puheenjohtaja Markku Heljakka, ja tarina perustuu hänen omakohtaisiin pelikokemuksiin Trouble-pelin äärellä. Muiden haastateltavien pidättäytyminen tarinan kertomisesta vahvistaa Markku Heljakan pääkertojuutta. Ainoastaan Katriina Heljakka esitti tarinan pääjuonen lyhyesti. Kalevi Heljakalla on Markku Heljakan tavoin omakohtaista kokemusta Kimblen alkuvaiheista. Hänen kertomuksensa tarjosi yksityiskohtaista tietoa Kimblen valmistuksesta. Jussi Walleniuksen ja Hannu Tuomolan kertomat tarinat täydensivät pääjuonta ja liittyivät yhtiön perustajaan Aarne Heljakkaan. Sankaritarinan vaikutteita saaviin tarinoihin sisältyi nostalgisyytteistä ihailua etenkin Aarne Heljakan kekseliäisyydestä. Sekä suvanto- että juontumisvaiheisiin sisältyi yksittäisiä, henkilökohtaisia ja mieleenpainuneita kokemuksia ja muistoja. Selkeää kertojuutta ei myöhemmin enää ole, vaan tarina moniäänistyy, kun yhtiön työntekijät kertasivat yksittäisiä muistojaan.²³⁸ Vaikka Kimblenkin kohdalla on kyse perheyrytyksestä ja perheenjäsenten pääkertojuudesta, uustuotantoprosessin kannalta on keskeisintä valjastaa kertojiksi ne, jotka ovat tuotteen kanssa eniten tekemisissä.

Kimble-versioita voi tarkastella yhtäältä historian esittämisen välineinä kuin myös muistin paikkoina. Historian esittäminen näkyy konkreettisesti esimerkiksi siinä, kun yhtiö on painanut juhluvuosien pelipakkausten takakansiin lyhyen historiakatsauksen. Näitä ovat kaksi perusversiota vuosilta 1992 (25 vuotta) ja 1997 (30

²³⁷ Jensen 1999, 4–5, 34; ks. myös Artikkelit I.

²³⁸ Artikkelit I.

vuotta) sekä vuoden 2007 40-vuotisjuhlien kunniaksi tehty retroversio, jonka takakanasta löytyy myös Kimblen perusversion elinkaari²³⁹. Muistin paikka tarkoittaa jotakin, joka yhdistää yhteisön jäsenet muistelemaan menneisyyttä²⁴⁰. Myös artefaktit voivat olla muistin paikkoja. Hannu Salmi kirjoittaa esineiden tuovan syvyyttä nykyhetkeen, mutta vasta inhimillinen kokemus luo esineelle tuon syvyytulottuuden.²⁴¹ Osa Kimble-versioista saikin asiantuntijat muistelemaan jotakin tiettyä asiaa. Luonnollisesti alkuperäinen versio muistettiin merkittäväksi, koska pelipakkauksen kansikuvan pikkupoika on Markku Heljakka. Toinen muisteltu versio oli vuonna 1977 päivitetty perusversio, jonka kannessa on yksi pelinappula väärinpäin.²⁴² Tällaiset tapaukset osoittavat, että vaikka alkuperäisen tuotantovaiheen tapahtumilla on merkitystä, potentiaalisia tarinoita syntyy myös tuotteen elinkaaren myöhemmissä vaiheissa. Tällaisen potentiaalini voi tunnistaa juuri uustuotantoprosessiteorian avulla.²⁴³

Valmistaja voi tuottaa tarinoita yhdessä käyttäjien kanssa esimerkiksi järjestämällä tapahtumia. Tactic Games on järjestänyt Kimblen Suomen mestaruuskisoja juhlavuosina 2007 ja 2017²⁴⁴. Asiantuntijat muistelivat haastatteluissa vuoden 2007 kisoja ja niiden tunnelmaa.²⁴⁵ Tapahtumat ovat yksi keino tuoda yleisö ja asiakkaat mukaan osaksi tuotetta ja yhtiötä sekä luoda yhteenkuuluvuuden tunnetta. Asiakas voi olla mukana tuottamassa tuotteen tarinaa.²⁴⁶

Yhtiön tarinassa on kyse vakiintuneesta ja vallitsevasta kertomuksesta, joka tunnetaan yhtiön sisällä hyvin. Sitä tuodaan esille myös aina, kun yhtiö tai sen tuotteita huomioidaan mediassa.²⁴⁷ Kimble kohahduttaa aika ajoin; merkittäviä mediassa noteerattuja tapauksia ovat haastatteluissakin ilmi tulleet *Kimble-gate* sekä nopan ennustettavuus²⁴⁸. Viimeisimpinä mediapiikkeinä voi pitää huhtikuussa 2018 noussutta Kimble-kohua, joka sai alkunsa, kun toimittaja Marko Junkkari vertasi kolumnissaan Kokoomus-puolueen toimintaa Kimblen pelaamiseen viitaten sillä Kimblen strategittomuuteen²⁴⁹. Kimblen vähättely sai poliitikko Paavo Arhinmäen närkästymään ja johti lopulta Arhinmäen ja kumppaneiden Kimble-tempaukseen,

²³⁹ Myös vuoden 2017 50-vuotisjuhlien kunniaksi ilmestyneessä retroversiossa ja Suomi100 Kimblessä oli historiikit, mutta nämä versiot eivät ole tämän tutkimuksen aiheistoa.

²⁴⁰ Sivula 2013, 164.

²⁴¹ Salmi 2001, 146.

²⁴² Artikkelii I.

²⁴³ Ks. Artikkelii I.

²⁴⁴ Kimblen SM-finaali 2017, www.facebook.com.

²⁴⁵ Ks. Artikkelii I.

²⁴⁶ Jensen 1999, 34–35, 62–70.

²⁴⁷ Artikkelii I.

²⁴⁸ Artikkelii I; Söderlund 2013, www.aftonbladet.se; Särkkä 2015, www.is.fi.

²⁴⁹ Junkkari 2018a, www.hs.fi.

jonka tarkoituksena oli pelaamalla Kimbleä osoittaa, että Kimble on strateginen älypeli.²⁵⁰ Tämä tapaus johti Kimblen käyttöön Porin SuomiAreena-tapahtumassa²⁵¹ myöhemmin samana vuonna sekä Jussi Lähteen Kimble-aiheiseen kolumniin²⁵².

Yhtiön omasta vaikutuksesta irtaantuminen on kiistaton merkki jonkinasteisen kulttuurisesti vakiintuneen aseman saavuttamisesta. Kuten klassikkokirjallisuutta tutkinut Álvaro Santana-Acuña on esittänyt, klassikon synnyssä olennaista on se, että sen tekijä ja siihen vaikuttavat muut tahot menettävät kontrollin teokseen ajan kuluessa. Olennaista on myös, että niin sanotut kulttuurin välittäjätahot omaksuvat teoksen klassisen arvon, ja eri tahot tekevät teoksen levikin mahdolliseksi. Klassikko on ensin yksi monista, jota sosiaalinen maailma muokkaa. Aseman saavututtuaan se alkaa itse muokkaamaan sosiaalista maailmaa ympärillään. Se esimerkiksi vaikuttaa muihin jälkeensä ilmestyviin teoksiin ja on läsnä muissa teoksissa ja tuotteissa. Lisäksi klassikko on paras tuote omassa historiallisessa hetkessään.²⁵³

4.2.2 Pysyvät ominaisuudet ja muutokset

Tässä tutkimukseni osiossa toinen ja neljäs väitöskirja-artikkelini ovat pari, ja ne muodostavat kokonaisuuden tuotteen pysyvistä ominaisuuksista ja muutoksista. Toinen väitöskirja-artikkelini, **Pop-o-matic-muovikupu ja kestävyys – Kimble-lautapelin pysyvien ominaisuuksien merkitys**, liittyy tuotteiden pysyvien ominaisuuksien merkitykseen uustuotantoprosessissa. Havainnollistan artikkelissa pysyvien ominaisuuksien, kuten materiaalisen kestävyuden, roolia käyttäjien ja esineen välisen suhteen synnyssä ja syvenemisessä, ja miten ominaisuudet ilmenevät pelatessa, pelin ollessa jouten tai muissa käyttötavoissa kuten leikkiessä.²⁵⁴ Neljäs väitöskirja-artikkelini "**Classics age**" – **The Flexibility of Planned Obsolescence in Terms of The Classic Finnish Board Game Kimble** käsittelee Kimbleen tehtyjä muutoksia kehittämieni käsitteiden sopeuttavan (engl. *adaptive obsolescence*) ja pakotetun vanhentamisen (engl. *forced obsolescence*) näkökulmista. Sopeuttavalla vanhentamisella tarkoitan vapaaehtoista tuotteen muokkaamista ja ennakoitua muuttuviin tuotannollisiin olosuhteisiin. Pakotettu vanhentaminen taas tarkoittaa yhtiön ulkopuolelta tulevia vaatimuksia ja määräyksiä, jotka edellyttävät muutoksia tuotteeseen. Tällaisia ovat lainsäädännöt ja muodin vaatimukset.²⁵⁵ Myös yhteiskunnalliset muutokset ja kohut voivat pakottaa muutoksiin, tai valmis-

²⁵⁰ Junkkari 2018b, www.hs.fi.

²⁵¹ SuomiAreena, www.facebook.com.

²⁵² Lähde 2018, www.aviisi.fi.

²⁵³ Santana-Acuña 2020, 283–288.

²⁵⁴ Artikkelii II.

²⁵⁵ Artikkelii IV.

taja voi pyrkiä ennakoimaan niiden vaikutusta tuotteeseen. Kumpikin artikkeleista nojaa materiaalsen kulttuurin tutkimuksen eri suuntauksiin sillä erolla, että toinen artikkeli ammentaa teoreettisen viitekehityksensä etnologiasta, antropologiasta ja kulttuurihistoriasta. Sen lopputuloksena on, että pysyvänä ominaisuutena materiaallinen kestävyys toimii pohjana psykologiselle kestävyydelle.²⁵⁶ Neljäs artikkeli perustuu etenkin suunniteltua vanhentamista koskevaan tutkimukseen ja lähtee oletuksesta, etteivät psykologisesti kestävät tuotteet kuten klassikot vanhene²⁵⁷.

Näissä kahdessa artikkelissa tavoitteeni on ollut tarkastella pysyviä ominaisuuksia ja muutoksia erillisinä osa-alueina, jotka haluan nyt yhdistää. Toisen väitöskirja-artikkelini lopussa esitänkin jatkotutkimuksen kannalta relevantin kysymyksen: mikä on pysyvien ominaisuuksien ja muutosten välinen suhde²⁵⁸? Pysyvien ominaisuuksien ja muutosten välillä vallitsee vuorovaikutus. Kumpikin muokkaa käyttäjän kokemusta tuotteesta; toinen vaikuttaa kokemuksen kestävyteen ja säilyvyyteen, toinen taas vaihtelevuuteen ja väliaikaisuuteen. Pysyvät ominaisuudet ovat tuotteen ydintä. Niitä voi ajatella tuotteeseen fyysisesti kiinnittyneinä, niin olennaisina osina, että jos ne poistetaan, Kimble ei olisi enää Kimble. Muutokset tai muuttuvat ominaisuudet taas ovat tuotteesta erillisiä, irrallisia ja vapaammin muokattavia osia. Toisaalta jotkin tuotteen osat voivat olla molempia: esimerkiksi Kimblen pelinappulat ovat yhtä aikaa sekä pysyviä ominaisuuksia että muuttuvia osia, sillä niiden lukumäärä on aina sama, mutta niiden muodot ja värit voivat vaihdella.

Etenkin neljännen artikkelin tarkoituksena on ollut tutkia Daniel Millerin ajatusta objektin omista materiaalisista mahdollisuuksista ja rajoitteista, joiden kautta yleiset ja laajemmat materiaaliset käytännöt avautuvat²⁵⁹. Toisin sanoen esimerkiksi suunniteltu vanhentaminen vaikuttaa, määrää ja rajoittaa tuotteen materiaalista olemassaoloa. Olen neljännessä artikkelissani osoittanut, kuinka suunnittelun vanhentamisen teoreettisen viitekehityksen venyttäminen fyysisesti ja psykologisesti kestäviin tuotteisiin, mitä ei tavanomaisesti tehdä, voi paljastaa uusia vanhentamisen muotoja kuten edellä mainitut sopeuttavan ja pakotetun vanhentamisen. Nämä muodot ilmenevät siis tuotteessa, joka ei poistu markkinoilta.²⁶⁰

Aivan kuten klassisen huonekalun muotokielen on säilyttävä tunnistettavana sen uudistuessa, jotta kuluttajat yhdistävät sen tiettyyn tuotesarjaan tai suunnittelijaan, myös klassisen lautapelin tunnistettavuuden tulee säilyä. Tuotteen pysyvät ominaisuudet eivät ikinä muutu. Ne ovat klassisia ja yhdistävät eri käyttäjäsuku-

²⁵⁶ Artikkelii II.

²⁵⁷ Artikkelii IV.

²⁵⁸ Artikkelii II.

²⁵⁹ Miller 1987, 105.

²⁶⁰ Artikkelii IV.

polvia toisiinsa. Ne luovat ja ylläpitävät suhdetta käyttäjiin, mikä synnyttää psykologisesti kestäväns esinesuhteen: tuotteesta tulee tuttu ja turvallinen²⁶¹. Ne ovat aiemmille käyttäjäsukupolville, joille tuote on jo tuttu, syy palata tuotteen pariin.

Toiset ominaisuudet puolestaan muuttuvat ja kertovat siitä kulttuurisesta kontekstista, jossa tuote kulloinkin ilmestyy. Muutokset voivat viestiä esimerkiksi muodista tai valmistusmateriaaleihin liittyvän turvallisuustietoisuuden tai valmistustekniikoiden kehityksestä. Joissain tapauksissa valmistajan on hyvä seurata aikaansa ja yhteiskunnassa tapahtuvia muutoksia, ja tarvittaessa reagoida niihin nopeasti tekemällä muutoksia tuotteeseen. Etenkin pitkissä katkoksissa seuraavien uustuotantovaiheiden välillä materiaalien, tuotantomenetelmien ja visuaalisen ilmeen kehittyminen on luonnollista, vääjäämätöntäkin. Muutokset houkuttelevat vanhoja käyttäjiä hankkimaan tuotteen uudelleen, koska tuote sisältää jotakin uutta heille. Toisaalta niiden tarkoitus on päivittää tuote sopimaan aikaansa, jolloin uudet käyttäjät kiinnostuvat tuotteesta.

4.2.3 Esineiden elämäkerrat ja käyttökulttuuri

Esineet eivät elä vain sitä elämää, johon ne on tarkoitettu. Tuotesuunnittelijat eivät voi mitenkään huomioida kaikkia mahdollisia käyttötapoja, joita tuotteet saavat²⁶². Väitöskirjani kolmas artikkeli **From a Board Game to a Drinking Game – One Biography of the Finnish Board Game Kimble** käsittelee Kimblen juomapeliversiota ja opiskelijakulttuuria esimerkkinä esineiden monista eri elämäkerroista²⁶³ ja käyttökulttuureista. Kimblen juomapelikäytöstä kertoivat muutamat kyselyvastaajat sekä Aalto-yliopiston Automaatio- ja systeemitekniikan killan opiskelijat.²⁶⁴

Aiempiin juomapelitutkimuksiin²⁶⁵ nojaten artikkelin ajatuksena on ollut katseen kääntäminen peliin itseensä: mitä pelille tapahtuu ja miten sitä muokataan, kun alkoholi tulee pelaamisen rinnalle tai osaksi pelimekaniikkoja. Vaikka alkoholi on ollut osa sekä lautapelaamista että opiskelijakulttuureja jo pitkään, artikkelin anti on lopulta siinä, miten näiden kolmen kombinaatiosta kehittyy merkittävä käyttökulttuuri yhdelle lautapelille. Opiskelijat muokkasivat peliä esimerkiksi hajottamalla versioita osiin ja kasaamalla osista uusia versioita sekä laajensivat pelin tilallista ulottuvuutta Ihmiskimbleen.²⁶⁶

Juomapeliversiossa alkoholi ei välttämättä olekaan ydinasia; etenkin opiskelujoukoistaan kertoneet pitävät kokemuksista jääneitä muistoja tärkeinä. Kimblen juo-

²⁶¹ Artikkelii II.

²⁶² Norman 2004, 224–227.

²⁶³ Kopytoff 1986.

²⁶⁴ Artikkelii III.

²⁶⁵ Sotamaa ja Stenros 2019.

²⁶⁶ Artikkelii III; Ks. myös Sihvonen 2017b.

mapelaaminen on sosiaalinen tapahtuma, joka kasvattaa yhteishenkeä. Samalla käyttäjille syntyy voimakasta kiintymystä itse Kimbleen.²⁶⁷ Jonathan Chapman kirjoittaa siitä, miten objektit heijastavat paitsi yhteiskuntaa myös minuuttamme ja omia elämäntarinoitamme. Yksi syy vahvan emotionaalisen esinesuhteen kehitykseen on se, että esineet kytkeytyvät osaksi menneisyytemme merkittäviä hetkiä. Käytämme esineitä myös erottautumisen välineinä.²⁶⁸ Kimble on siten paitsi valmistajalleen myös käyttäjilleen identiteetin ja ryhmään sopeuttamisen työkalu, joskin käyttäjät muokkaavat peliä ja sen tarkoitusta oman elämänvaiheensa mukaan sopiviksi.

Opiskelijakulttuuri havainnollistaa hyvin myös aiemmin esitettyä Tiina Männistö-Funkin rykelmä-käsitettä: opiskelijoiden muokkaamien Kimble-versioiden ympärille muodostuu esineiden, tilojen, ruumiillisten olentojen sekä aineellisesti syntyvien äänien ja aistiärsykkeiden yhteenliittymiä²⁶⁹, kun niihin sisältyvät paitsi opiskelijakulttuuriin liittyvät haalarit myös muut pelaamiseen liittyvät vaatteet, monimutkaistetut säännöt, ulos siirretty pelirata ja esimerkiksi halailu syönnin tapahtuessa²⁷⁰. Kuten Männistö-Funk on todennut, rykelmien avulla voi tutkia esineiden toimijuutta sekä ihmisten ja esineiden muokkautumista niiden keskinäisessä toiminnassa²⁷¹.

Opiskelijoiden Kimble-kulttuuri paljastaakin, kuinka merkittävä toimijuus etenkin Kimblen Pop-o-matic-noppakuvulla on, kun sellainen on kiinnitetty keskelelle itse tehtyä pelipöytää; Kimble ei olisi Kimble ilman noppakupuaan. Esineen oma toimijuus ja käyttökulttuuri muodostavatkin symbioosin, jossa ne ruokkivat toinen toisiaan. Toimijuus luo pohjan, jolta käyttökulttuuri syntyy, ja käyttökulttuuri puolestaan vahvistaa toimijuutta. Samalla ne tuottavat narratiivien kerrostumaa, jota Chapman kuvailee maatuskan avulla; tuote ikään kuin sisältää kehyskertomuksen, jonka sisään pienemmät tarinat rakentuvat²⁷². Opiskelijoiden Kimble-kulttuuri asettuu osaksi valmistajan kehyskertomusta, ja tuo siten lisäpotentiaalia erityisen tuotesuhteen syntyyn, mikäli se valjastetaan käyttöön.

4.3 Kimblen uustuotantoprosessi ja reunaehdot

Olen aiemmissa alaluvuissa vastannut ensimmäiseen alatutkimuskysymykseeni uustuotantoprosessiin kuuluvista osa-alueista (historia, pysyvät ominaisuudet, muutokset, elämäkerrat sekä käyttökulttuuri), jotka tulevat Kimblen kautta esiin. Toi-

²⁶⁷ Artikkelii III.

²⁶⁸ Chapman 2015, 39, 178.

²⁶⁹ Männistö-Funk 2016.

²⁷⁰ Ks. Sihvonen 2018b.

²⁷¹ Männistö-Funk 2016.

²⁷² Chapman 2015, 127–128.

nen alatutkimuskysymykseni on, *millaisia prosessin rakenne ja vaiheet ovat*. Tarkastelen seuraavaksi teorian ja käsitteiden rakentumista Kimblen kautta.

Uustuotantoprosessin keskeinen tekijä on ollut lepovaihe, joka tarkoittaa selkeää katkosta tai taukoa tuotannossa ja markkinoilla. Valmistajan mukaan Kimble on jatkuvasti saatavilla eikä sitä pantata kuluttajilta. Siihen ei kuitenkaan tarvitse kiinnittää jatkuvaa huomiota, vaan Kimble tavallaan elää myös yhtiöstä irrallisena. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että peli saa uuden ulkoasun keskimäärin kerran vuosikymmenessä, ja pelistä nousee jonkinlainen kohu aika ajoin. Joskus harvoin jokin muu osa voi myös muuttua.²⁷³ Tästä syystä tarkastelen Kimblen lepovaiheita *vaillinaisina lepovaiheina*. Vaillinainen lepovaihe tarkoittaa, ettei varsinaisia katkoksia ja taukoja ole ainakaan kuluttajan näkökulmasta. Valmistaja sen sijaan voi pitää taukoja tuotteen suunnittelusta, mutta suunniteltua vanhentamista ei varsinaisesti tarvita. Myöskään nostalgian siivittämää paluuta ei varsinaisesti tapahdu, koska saatavuutta ei rajoiteta. Mahdollinen nostalginen suhde Kimbleen syntyy jollain muulla tavalla. Vaillinainen lepovaihe on vastakohta *täydelliselle lepovaiheelle*, joka sisältää sekä tuotannollisen että myynnillisen katkoksen kuten Lumikki-elokuvalla²⁷⁴.

Lisäksi Kimblen elinkaareen kuuluu myös *lopullisia lepovaiheita*, joissa tuotteen elinkaari päättyy. 2000-luvun alusta alkaen ilmestyneet lisenssiversiot ovat kulttuurisen kontekstinsa tuotoksia. Niiden saatavuus päättyy, kun kysyntä hiipuu. Poikkeustapauksissa jokin lisenssiversio kuten *Nalle Puh Kimble* voi ilmestyä uudelleen uudistetussa ulkoasussa²⁷⁵. Tällöin yksittäisen lisenssiversion elinkaareessa muodostuu *uustuotantoprosessoitumista*, ja lepovaiheet voivat määräytyä täydelliseksi tai vaillinaiseksi. Kuva 3 havainnollistaa Kimblen ja Lumikin kaltaisten tuotteiden uustuotantoprosessien eroja. Kimblen lepovaiheet ovat kuluttajan näkökulmasta vaillinaisia, koska pelin saatavuutta ei rajoiteta. Lumikin saatavuus puolestaan on ollut rajoitettua.

Tuotteen uustuotantoprosessi muodostuu suunnitellun vanhentamisen ja henkiinherättämisen eli revivifikaation välisestä vuorottelusta. Vuorottelu synnyttää prosessin lepo- ja uustuotantovaiheet. Suunniteltu vanhentaminen siirtää tuotteen lepovaiheeseen eli kuluttajan ulottumattomiin, kun taas henkiinherättäminen palauttaa tuotteen uustuotantovaiheeseen eli markkinoille.²⁷⁶ Prosessi etenee näin vain, jos lepovaiheet ovat täydellisiä. Vaillinaisen lepovaiheen perusteella kuitenkin väitän, ettei ilmiöiden välinen suhde olekaan aina tasasuhteinen. Olen kuvassa 4 kuvannut suunnitellun vanhentamisen ja henkiinherättämisen välistä suhdetta

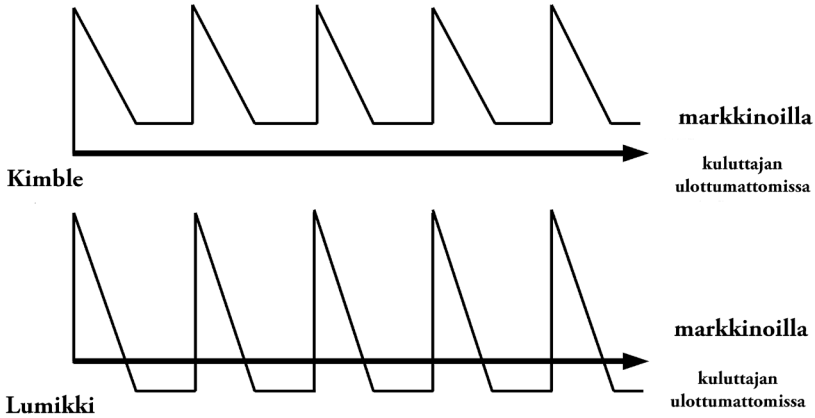
²⁷³ Esim. Markku Heljakan ja Jussi Walleniuksen haastattelut; Ks. Artikkelit I.

²⁷⁴ Sihvonon 2014a, 92–98.

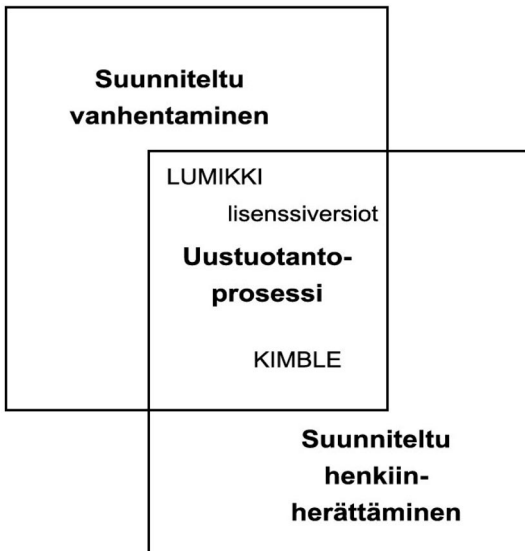
²⁷⁵ Artikkelit IV.

²⁷⁶ Sihvonon 2014a, 82–86; Davis 1979, 133–134.

sijoittamalla niiden leikkausalueelle uustuotantoprosessin. Uustuotantoprosessin alueelle olen sijoittanut tuotteita sen perusteella, kumman ilmiön painopistealueella tuote on.



Kuva 3: Kimblen ja Lumikin kaltaisten tuotteiden uustuotantoprosessien eroavaisuudet lepo- ja uustuotantoprosessin näkökulmasta kuvattuna.



Kuva 4: Suunnittelun vanhentamisen ja henkiinherättämisen välinen suhde muodostaa leikkausalueelle uustuotantoprosessin. Tuotteet sijoitettuna leikkausalueelle sen mukaan, kumpi ilmiöstä painottuu elinkaaressa.

Kun tuotteen kuten Lumikin elinkaaren painopiste on suunnitellussa vanhentamisessa, tuotteella on oletettavasti useita ja pitkiä, täydellisiä lepovaiheita²⁷⁷. Valmistaja vetää tuotteen pois markkinoilta ja rajoittaa tuotteen saatavuutta. Toisaalta tuotteen kuten Kimblen elinkaari voi painottua henkiinherätyksiin ja jatkuvaan saatavuuteen. Henkiinherätyksiin ja uudistamiseen painottuvassa uustuotantoprosessissa ei ole täydellisiä lepovaiheita. Tähän vaikuttavat myös Kimblen lisenssi-versiot, jotka toimivat kahdella tapaa: Yhtäältä niillä on oma lyhyt elämänsä, eivätkä ne tee paluuta muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta. Toisaalta ne vaikuttavat Kimblen jatkuvaan saavutettavuuteen, kun peli on aina jossain muodossa myynnissä ja tuotannossa. Myös mediakohu voi näyttäytyä henkiinherätyspiikkinä, jos tuotteen myynnissä tapahtuu sen myötä kasvua.

Olen aiemmin määritellyt uustuotantoprosessin tuoteversiot sumeiksi tai selkeiksi uusversioiksi sen perusteella, miten ne uudistuvat aiempiin versioihin nähden. Kimblen uusversiot ovat selkeitä, koska peli muuttuu jokaisessa uustuotantovaiheessaan hieman. Valmistajan mukaan Kimbleen tehdyt muutokset ovat hienovaraisia parantelua²⁷⁸. Muutosten aikaväli on myös pitkä, minkä johdosta uusversio tavoittaa selvästi uuden käyttäjäsukupolven. Myös lisenssi-versiot ja niiden uusversiot sekä pelistä ilmestyneet retroversiot, jotka ovat jäljennöksiä vanhoista Kimble-versioista, ovat selkeitä, sillä nekin muuttuvat suhteessa aiempiin versioihin.

Vaikka Kimblen uusversiot ovat vain selkeitä, tämä ei luo tarvetta muuttaa tai poistaa sumean uusversion käsitettä, jota olen hyödyntänyt myös tilanteissa, kun tuoteversiosta ja sen mahdollisista muutoksista ei saa riittävästi tietoa²⁷⁹. Kimblen elinkaareen voi mahtua myös sellaisia sumeita uusversioita, joissa muutokset eivät ole riittävän näkyviä käyttäjille. Pelin elinkaareen perehtyneenä tutkijana havaitsen muutokset herkemmin, mikä vaikuttaa uusversioiden tulkintaan. Alkuperäisen tuotantovaiheen ja uustuotantovaiheen käsitteet eivät myöskään muutu, joskin niitä tutkittaessa on syytä tarkastella myös kulttuurista kontekstia, ei pelkästään tuotetta.

Olen kuvassa 5 vielä vertailun vuoksi eritellyt Kimblen ja Lumikin uustuotantoprosessien eroja sekä listannut Kimblen tuomat muutokset uustuotantoprosessiin. Olen toiseen alakysymykseen vastaten kuvaillut prosessin rakennetta ja vaiheita. Vertailu osoittaa, että tuotteiden uustuotantoprosesseissa on vaihtelevuutta riippuen siitä, miten paljon suunniteltu vanhentaminen painottuu elinkaareessa. Kimblen uustuotantoprosessi muodostaa kuitenkin reunaehdot uustuotantoprosessille: Tuotteella on oltava vähintään alkuperäinen tuotantovaihe, jossa syntyy ja korostuu tuotteen merkityksellinen historia ja tarina. Tarina toistuu uustuotantovaiheissa, joissa tuotteesta ilmestyy selkeä uusversio. Uustuotantoprosessi on siten mahdolli-

²⁷⁷ Ks. Sihvonen 2014a, 92–98.

²⁷⁸ Ks. Artikkelin IV.

²⁷⁹ Ks. Sihvonen 2014a.

nen ilman suunnitellun vanhentamisen tavanomaisimpia muotoja. Tuotetta ei tarvitse rajoittaa käyttäjiltä, sen laatua ei tarvitse heikentää ja muutokset voivat olla asteittaista parantelua. Tuotteella täytyy kuitenkin olla henkiinherätyspiikkejä, joissa tuotteeseen on tehty muutoksia, mutta joissa tuotteen tunnistettavuus säilyy pysyvien ominaisuuksien avulla.

	Kimble	Lumikki	
Alkuperäinen tuotantovaihe / tarina	x	x	Ei muutoksia
Henkiinherättäminen / uustuotantovaiheet	x	x	Ei muutoksia
Suunniteltu vanhentaminen / katkos (tuotanto, valmistus)		x	Kimble: vaillinaisen lepovaihe ja lopullinen lepovaihe (lisenssiversiot) Lumikki: täydellinen lepovaihe
Uusversiot: sumeat		x	Ei muutoksia
Uusversiot: selkeät	x	x	Ei muutoksia

Kuva 5: Kimblen ja Lumikin uustuotantoprosessien erot. Kimblen uustuotantoprosessi muodostaa reunaehdot prosessille.

Kimblen ja Lumikin uustuotantoprosessit eroavat selvästi lepovaiheiden ja suunnitellun vanhentamisen osalta, mutta epäselväksi jää miksi. Tuotteen luonteella voi olla vaikutusta tähän; lautapeli on uudelleenkäytettävämpi ja -pelattavampi kuin elokuva, jonka perusjuoni ei muutu, vaikka kohtauksia lisättäisiin. Lautapelin pelaajat kasvavat ja vaihtuvat, ja sääntöjä ja peliä voi muokata. Lisäksi valmistajan ja käyttäjän välinen vuorovaikutus on Kimblessä aktiivista ja osallistavaa erilaisten tapahtumien takia. Tämä on aihe, joka edellyttää kuitenkin jatkotutkimusta. Olennaista on se, että uustuotantoprosesseissa on vaihtelua etenkin lepovaiheiden ja katkosten osalta; kaikki tuotteet eivät tarvitse katkosta.

4.4 Teoriasta malliksi

Kolmas alatutkimuskysymykseni kuului, *millaisen teoreettisen mallin voi esimerkituotteen perusteella muodostaa*. Olen edellä kuvannut uustuotantoprosessin osaluokat, rakenteen ja vaiheet reunaehtoineen ja muut keskeisimmät käsitteet. Niiden perusteella jaan uustuotantoprosessin mallin kahteen eri lähestymistapaan. Nimitän ensimmäistä tapaa **uusien tuotteiden uustuotantoprosessiksi**, joka koskettaa vasta suunnitteluvaiheessa olevia tuotteita ja niiden tuotekehitystä, kun elinkaarta ei ole vielä päätetty. Jaan mallin neljään yksinkertaistettuun askelmaan.

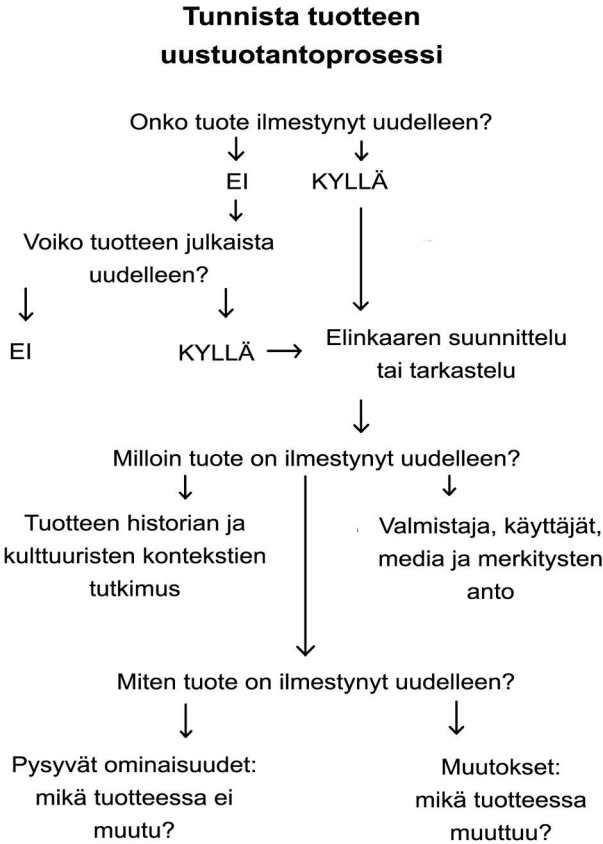
Ensimmäinen askelma on *tuotealustan määrittely*. Tuotealusta sisältää tuotteen ytimen ja ne muotoilun ominaisuudet, jotka eivät koskaan muutu. Kimblessä tämä

on tarkoittanut pelilaudan ja -radan muotoa, Pop-o-matic-nopansekoitinta ja sääntöjä. Pysyvät ominaisuudet edustavat tuotteen klassisuutta ja ajattomuutta. Toisessa vaiheessa määritellään tuotteen *muokattavat osat*. Muokattavien osien tarkoitus on auttaa valmistajaa sopeuttamaan tuote kulloiseenkin ilmestymisajankohtaansa. Ne ilmentävät aina jokaista kulttuurista kontekstia, jossa tuote ilmestyy, ja antavat viitteitä esimerkiksi muotivaikutteista ja teknologisesta kehityksestä. Tällaisia osia ovat esimerkiksi visuaalinen ilme kuten värimaailma ja ulkokuori sekä liikuteltavat osat ja lisäosat.

Kolmas vaihe liittyy tuotteen *tarinallistamiseen ja merkitysten muodostamiseen*. Ensinnäkin valmistajan on tunnistettava tuotteen tarina, historia ja merkitykset jo heti alkuvaiheessa. Tämä voi käytännössä tarkoittaa tuotteen parissa työskentelevien työntekijöiden haastatteluja sekä tuotteen saaman mediahuomion ja käyttäjäpalautteen seuraamista, keräämistä ja tallentamista. Valmistaja määrittää myös julkaisukontekstin eli merkityksellisimmät hetket tuotteen ilmestymisille. Näiden kautta tuote sidotaan joihinkin aikakausiin, ja tuotteelle syntyy syvempi merkitys.

Neljännessä vaiheessa, joka tapahtuu yleensä alkuperäisen tuotantovaiheen loppupuolella tai ensimmäisen lepovaiheen aikana, valmistaja määrittelee *tuotteen uustuotantoprosessin elinkaaren*: millaisia lepovaiheita tuotteella on, kuinka pitkiä ne ovat ja milloin tuote ilmestyy uudelleen. Tuotteen vakiinnuttaminen kulttuurissa alkaa.

Toista lähestymistapaa nimitän **uustuotantoprosessin tai sen potentiaalin tunnistamiseksi** (kuva 6), ja se koskettaa jo olemassa olevia tuotteita. Tämä lähestymistapa soveltuu paitsi tuotekehitykseen myös tieteelliseen tutkimukseen. Sen avulla voi tutkia alkuperäisessä tuotantovaiheessa olevia tai sellaisessa hiljattain olleita tuotteita (potentiaalin tunnistus) tai hyvinkin vanhoja tuotteita ja niiden uustuotantoprosesseja. Se lähtee kysymyksestä, onko tuote ilmestynyt aiemmin uudelleen. Vastaus määrittelee joko siirtymisen uudelleenjulkaisupotentiaalin arviointiin tai tuotteen elinkaaren tarkasteluun. Tieteellisessä tutkimuksessa tuotteen elinkaarta tulee tarkastella milloin- ja miten-kysymysten kautta, minkä jälkeen tarkastelu syvenee tuotteen historiaan, valmistajaan, käyttäjiin sekä pysyviin ja muuttuviin ominaisuuksiin. Mikäli kyse on tuotekehityksestä ja uudelleenjulkaisupotentiaalin arvioinnista, milloin- ja miten-kysymykset tulee esittää konditionaalissa eli *milloin ja miten tuote voisi ilmestyä uudelleen*.



Kuva 6: Tuotteen uustuotantoprosessin tai uudelleenjulkaisupotentiaalin tunnistaminen.

Malli jättää avoimeksi kysymyksen, miksi jokin tuote ei voi ilmestyä uudelleen. Olen tutkimukseni alussa kertonut tutkivani kulttuurituotteita, joilla on erityinen merkitys ja tietynlainen arvo kulttuurissamme, mutta kulttuurituotteidenkin joukossa on tuotteita, jotka eivät voi ilmestyä uudelleen uustuotantoprosessin logiikan mukaisesti. Tämä liittyy tuotteiden erityistämiseen. Muun muassa Kaj Ilmonen on huomauttanut, että tavaran taloudellinen ulottuvuus on luonteeltaan yleinen ja käytöaspektit taas erityisiä. Tavaran singularisointi eli erityistäminen voi tapahtua ennen tai jälkeen markkinoille siirtymisen. Markkinoille siirtymisen voi myös kokonaan estää singularisoimalla tavaran. Tällaiset tavarat ovat Ilmosen mukaan ainutkertaisia ja korvaamattomia, kuten kansalliset taideteokset.²⁸⁰ Uustuotantoprosessin logiikka ei siis sovi kulttuurituotteisiin, jotka ovat ainutlaatuisia ja joita ei saa muuttaa kuten taideteokset. Tuotteen uudelleenjulkaisupotentiaalin arviointiin vai-

²⁸⁰ Ilmonen 2007, 72–75. Ks. singularisoinnista Kopytoff 1986.

kuttavat siten kysymykset tuotteen ainutlaatuisuudesta ja korvaamattomuudesta. Lisäksi tämä tutkimus on keskittynyt menestyneisiin tuotteisiin, jolloin yksi jatkotutkimuksen aihe onkin tarkastella epäonnistuneita tuotteita ja niiden uustuotantoprosessin potentiaalia.

Olen edellä kuvannut uustuotantoprosessin teorian muotoutumista, sen keskeisimmät käsitteet, vaiheet ja reunaehdot sekä esittänyt tutkimus- ja tuotekehityskäyttöön tarkoitettun mallin. Tämän luvun tarkoituksena on ollut tuottaa käsitys uustuotantoprosessista ja sen osa-alueista. Prosessin luonteen ymmärtäminen ja tunnistaminen avaa ovia kestävien tuotesuhteiden ymmärtämiseen ja suunnitteluun, sillä prosessi itsessään on kuvaus kestävä tuotesuhteen syntymisestä. Sen osa-alueita on myös mahdollista hyödyntää siten, etteivät tulevaisuuden käyttäjäsukupolvet luovu herkästi tuotteestaan. Nostalgista suhdetta tuotteeseen ei voi taata, mutta kestäviä piirteitä ja ominaisuuksia voi rakentaa mihin tahansa tuotteeseen. Toisaalta valmistaja takaa liiketoimintansa jatkuvuuden, kun sillä on luotettavia tuotteita, joita käyttäjäsukupolvet valitsevat yhä uudelleen.

5 Lopuksi: tulokset ja jatkotutkimus

Lähdin uustuotantoprosessin tutkimuksessani liikkeelle oletuksesta, ettei prosessi tai uustuotanto ylipäätään voi perustua pelkälle nostalgialle. Kaikki käyttäjät eivät koe nostalgisia tunteita. Nostalgia on selityksenä yksinkertaistava, vaikka myönnän sillä olevan osuutta uustuotantoprosessissa. Prosessissa täytyy kuitenkin olla muitakin siihen vaikuttavia ja sitä selittäviä tekijöitä. Väitöskirjaprojektini ajan minua ovat kiehtoneet kysymykset, miksi muodostamme joihinkin tuotteisiin ja esineisiin pitkiä suhteita, voiko noista suhteista löytää niitä yhdistäviä tekijöitä ja voiko niiden tekijöiden avulla muuttaa kestävämpiä tuotesuhteita kestäviksi.

Väitöskirjani päätutkimuskysymys kuului, **millainen on kulttuurituotteiden uustuotantoprosessi Kimble-lautapelin esimerkin valossa**. Lisäksi esitin kolme alakysymystä: 1) mitä osa-alueita prosessiin kuuluu, 2) millaisia prosessin rakenne ja vaiheet ovat ja 3) millaisen teoreettisen mallin voi esimerkkituotteen perusteella muodostaa? Käsittelin etenkin alakysymyksiä luvussa 4, ja vastasin rivien välistä myös pääkysymykseeni. Kertaan seuraavaksi alakysymysten vastaukset, vastaan pääkysymykseeni sekä teen reflektiivisen katsauksen tutkimusprosessiini. Esitän lopuksi uustuotantoprosessitutkimuksen mahdollisia tulevia suuntia.

Uustuotantoprosessi on alunperin perustunut suunnitellun vanhentamisen ja henkiinherättämisen vuorottelulle siten, että suunnitellun vanhentamisen myötä tuotteen elinkaareen syntyy sekä myynnillisiä että tuotannollisia katkoksia. Uustuotantoprosessi alkaa alkuperäisestä tuotantovaiheesta, jossa määrittyy esimerkiksi tuotteen menestys. Sen jälkeen seuraa uustuotanto- ja lepovaiheiden vaihtelu, jossa tuote on vuoroin kuluttajien saatavilla ja saavuttamattomissa. Tuotteesta ilmestyy aina uusversio, johon on voitu tehdä muutoksia. Tutkimukseni tarkoituksena ei ole ollut ahtaa Kimbleä väkisin tähän teoreettiseen muottiin, vaan peilata Kimblen elinkaarta uustuotantoprosessiin ja sen käsitteistöön sekä selvittää, millaiset uustuotantoprosessit ovat mahdollisia.

Tunnistin Kimblen avulla uustuotantoprosessin osa-alueiksi *historian, pysyvät ominaisuudet, muutokset* sekä *esineiden elämäkerrat ja käyttökulttuurin*, joita käsitteelin väitöskirja-artikkeleissani. Uustuotantoprosessissa olevalla tuotteella on usein merkityksellinen alkuvaiheen tarina, jota valmistaja kertoo ja kasvattaa ajan kuluessa. Kuvasin alaluvussa 4.2.1. tarinan kerronnan kaarta valmistajasta tuote-

versioihin, tapahtumiin ja mediaan. Tarinan muistaminen muuallakin kuin yhtiön ulkopuolella kertoo vakiintuneesta, asemansa saavuttaneesta kulttuurituotteesta. Tarina voi myös ohjata tutkijaa etsimään uustuotantoprosesseja.

Uustuotantoprosessissa tuote usein myös muuttuu, jotta se sopeutuisi kulloiseenkin kulttuuriseen kontekstiinsa, ajan muotiin ja teknologiaan. Kimblen muutokset näyttäytyivät parannuksina ja reaktioina ulkoapäin tuleviin vaatimuksiin joko ennakoiden (sopeuttava vanhentaminen) tai pakotettuina (muoti). Koska muutokset ovat selkeä osa uustuotantoprosessia, ne ohjasivat kysymään, mihin Kimblen osiin ei oltu vielä koskettu. Valitsin pysyvistä ominaisuuksista tarkastelun keskiöön fyysis-visuaalisen ominaisuuden, *Pop-o-matic-nopansekoittimen*, sekä fyysis-abstraktin ominaisuuden, *kestävyyden*. Pysyvillä ominaisuuksilla on oma, joskin vaihteleva vaikutuksensa käyttäjien esinesuhteen syvenemisessä; toinen voi herättää negatiivisiakin tunteita, kun taas toinen ominaisuus assosioituu myös psykologiseksi ominaisuudeksi. Muutosten ja pysyvien ominaisuuksien välinen vuorovaikutus on kuitenkin keskeinen osa uustuotantoprosessia, jossa samanaikaisesti turvataan tuotteen tutuus ja menestyminen uudelleen markkinoilla sekä tarjotaan samalla jotain uutta. Kimblessä muutokset tapahtuvat kuitenkin hitaasti, eivätkä ne ole aina yhtä näkyviä kuluttajille.

Kimble toi uustuotantoprosessiin myös neljännen osa-alueen eli käyttäjäsukupolvet ja esineiden elämäkerrat, jotka osoittavat tuotteen irtautuvan valmistajan otteesta ja viittaavat alakulttuurin kehittymiseen. Tuotteen oma toimijuus vahvistuu, ja samalla se vahvistaa myös uustuotantoprosessia, sillä nämä käyttäjät todennäköisesti siirtävät tuotteen alkuperäistä käyttöä seuraaville sukupolville. Alakulttuuri kytkeytyy myös osaksi Kimblen tarinaa vahvistaen sitä.

Kun lähdin väitöskirjaprojektini alussa tarkastelemaan Kimbleä uudelleenjulkaistavana tuotteena, oli pyrkimyksenäni selvittää juurta jaksain pelkät faktat siitä, milloin ja miten peli on tuotu uudestaan. Jo hyvin nopeasti minulla oli tiedossa, että peli on käytännössä ollut koko ajan myynnissä aina jossain muodossa. Varsinaisia katkoksia eli myynnillisiä poisvetoja ei ollut tai ne koskettivat lähinnä lisenssiversioita. Kimble ei siis kaipaav valmistajansa huomiota joka hetki, eikä sen saatavuutta rajoiteta. Johdin tästä erilaiset lepovaiheiden käsitteet: *vaillinainen lepovaihe* ja *täydellinen lepovaihe*. Näistä ensimmäiseen ei sisälly varsinaisia katkoksia, kun taas jälkimmäisessä katkokset ovat selkeitä. Lisäksi esitin käsitteeksi *lopullista lepovaihetta*, joka koski etenkin lisenssiversioita, joiden elinkaari on lyhyt eikä niitä välttämättä valmisteta enää koskaan.

Täydellisten lepovaiheiden uustuotantoprosessissa suunniteltu vanhentaminen tarkoittaa tuotteen saatavuuden rajoittamista ja poisvetoa markkinoilta. Kimblen vaillinaiset lepovaiheet osoittavat, ettei suunniteltua vanhentamista välttämättä tarvita uustuotantoprosessissa rajoittamaan saatavuutta tai lyhentämään tuotteen käyttöikä. Olen todennut Kimbleen tehdyt parannukset pikemminkin sopeuttaviksi

ja ulkopuolelta pakotetuiksi toimiksi kuin tahallisiksi toimenpiteiksi, minkä vuoksi tuotteeseen tehtävät hidastempoiset uudistukset ja muutokset eivät puhu suunnittelun vanhentamisen puolesta. Suunnittelun vanhentamisen erilainen painottuminen tuotteen uustuotantoprosessissa johtaa kuitenkin siihen, että prosesseissa on vaihtelevuutta.

Kimblen uustuotantoprosessi muodostaa prosessin reunaehdot. Luonnollisesti tuotteella on oltava alkuperäinen tuotantovaihe, jossa merkityksellinen historia ja tuotteen tarina syntyvät ja joita toisinnetaan uudelleenjulkaisujen yhteydessä. Katkosten sijaan riittää, että tuotteella on henkiinherätysvaiheita, joissa tuote ilmestyy uudelleen ja saa selkeästi uutta näkyvyyttä. Tuotetta ei tarvitse vetää pois markkinoilta, eikä sen laatua tai käyttöikää tarvitse heikentää. Sen sijaan tuotetta on tarpeellista uudistaa henkiinherätysten yhteydessä. Tuotteen pysyvien ominaisuuksien määrittely ja muutosten tekeminen ovat siten kulttuuriseen kontekstiin sopeuttamisen kannalta tärkeitä, jotta tuote tunnustetaan samaksi, valitaan uudelleen ja jotta se kiinnostaisi uusiakin käyttäjiä. Uustuotantoprosessin kannalta käyttötapojen, alakulttuurien ja nostalgian synty eivät ole välttämättömiä, eikä niitä voi kontrolloidakaan, mutta ne muodostavat tutkimuksellisesti kiinnostavia osa-alueita ja vahvistavat tuotesuhdetta.

Näiden lisäksi 4. luvun lopussa esittelemäni kaksi uustuotantoprosessin mallia vastaavat kolmanteen alakysymykseeni yleisemmästä teoreettisesta mallista. Mallit käsittelevät *uusien tuotteiden uustuotantoprosessia* sekä *uustuotantoprosessin tai sen potentiaalinn tunnistamista*. Kumpikin perustuu Kimblen paljastamiin uustuotantoprosessin osa-alueisiin ja seuraa erilaisia askelmia; toinen tuotekehityksen näkökulmasta, kun taas toisessa katse siirretään jo olemassa oleviin tuotteisiin. Jälkimmäistä voi käyttää myös hyvin vanhojen tuotteiden tutkimukseen. Se vastaa siihen, millaiseen uustuotantoprosessin kuvaukseen tulisi pyrkiä ja on siten tutkimustyön lähtöpiste.

Vastaus päätutkimuskysymykseeni, millainen on kulttuurituotteiden uustuotantoprosessi Kimble-lautapelin esimerkin valossa, on: Kulttuurituotteiden uustuotantoprosessi on tuotesidonnainen ja prosesseissa on vaihtelevuutta, mutta logiikoissa on myös samankaltaisuuksia. Tästä syystä uustuotantoprosessi on myös mallinnettavissa, ja sen avulla voi tehdä vertailevaa tuotetutkimusta sekä suunnitella aikaa kestäviä tuotteita. Kimble-lautapelin valossa uustuotantoprosessi näyttäytyy myös erityisenä ja kestäväenä tuotesuhteena, joka ei perustu pelkkään nostalgiaan ja jossa ei tarvita suunniteltua vanhentamista. Uustuotantoprosessi on useiden tekijöiden vuorovaikutussuhde, jossa sama tuote valitaan aina uudelleen.

Tämä väitöskirjatutkimus on esimerkki siitä, miten kestäviä tuotesuhteita voi tutkia uustuotantoprosessin avulla: millaista aineistoa tulisi hyödyntää, miten tulkitta tietoja, millaista teoreettista viitekehystä seurata sekä mitkä ilmiöt kestävässä tuotesuhteissa vaikuttavat ja miten. Väitöskirjani tutkimusaineiston keruun voisi

kuvailta edenneen ylhäältä alaspäin. Lähdin liikkeelle valmistajasta, Tactic Games Oy:sta, kartoittaen valmistajan tietoja ja näkemyksiä omasta tuotteestaan. Tämän jälkeen etenin käyttäjiin ja heidän Kimble-kokemuksiin. Aineiston kolmantena osiona olivat tuoteversiot ja niiden dokumentointi. Lisäksi toin tutkimukseen omia kokemuksiani, joita hyödynsin sekä aineistonkeruussa että Kimblen luonteen analysoinnissa.

Uustuotantoprosessin aineisto tulisikin muodostaa mahdollisimman läheltä tuotetta eli kysymyksistä, kuka tuotetta valmistaa ja ketkä sitä käyttävät. Prosessista voi saada jonkinlaisen käsityksen toisen käden lähteiden kuten mediakirjoitusten ja julkaisutietojen perusteella, mutta tämä palvelee lähinnä tutkimustyön alkuvaiheessa, kun on tarkoitus kartoittaa tuotteen elinkaaren vaiheita ja etsiä mahdollisia uustuotantoprosesseja. Tuotteen tarinasta voi saada osviittaa ilman valmistajaakin, mutta valmistajan oma versio ja täsmennykset sekä käyttäjien käsitykset ja kokemukset syventävät tuotteen luonteen ymmärtämistä.

Aiemmin mainittu tiukkojen faktojen etsintä ei palvellut tutkimustyötäni sen enempää kuin itse yhtiötäkään. Lopulta tutkimuseettisistä syistä päätin jättää jotain Kimblestä kertomatta. Tutkija ei voi pakottaa valmistajaa luovuttamaan kaikkea tietoa, eikä sellainen yleensä kuulu valmistajan intresseihin. Tutkijan on pohdittava, minkälaisella aineistolla on mahdollista vastata tutkimuskysymyksiin ja rakentaa käsitys tuotteen uustuotantoprosessista. Jos ensikäden aineistoa ei saa tai se ei ole riittävää, on pohdittava, kannattaako kyseinen tuote tutkimuskohteena ja mihin uustuotantoprosessin mallia on tarkoitus käyttää. Jos esimerkiksi käyttötarkoitus on vain alustava kartoitus, toisen käden aineisto voi riittää.

Uustuotantoprosessin tutkimuksen kannalta on hyvä ymmärtää tuotteen teoreettista viitekehystä eli millaista aiempaa tutkimusta on tehty. Tätä kautta avautuvat esimerkiksi tuotteen luonne (lautapeli), toimijuus sekä kulutuksen eri nyanssit. Materiaalisen kulttuurin tutkimuksessa paljon huomiota saanut toimijuuden käsite on keskeinen osa uustuotantoprosessia. Uustuotantoprosessi on osa toimijuutta, sen ilmentymä. Tuotteella on erityinen rooli ja merkitys kulttuurissa. Materiaalisen kulttuurin tutkimus on hyvin monitieteistä, ja sen tarkastelunäkökulmat voivat vaihdella historiantutkimuksesta muotoilun tutkimukseen²⁸¹. Tässä tutkimuksessa olen lähestynyt Kimbleä hyvin perustasolta ja halunnut ymmärtää sen luonnetta ja toimijuutta. Mikä tahansa muu teoreettinen viitekehys voi olla yhtä mahdollinen, ja esimerkiksi muotoilun historian tutkimus olisi hyödyllinen tulokulma kulttuuristen kontekstien tarkastelussa; millaisia yleisiä muotoilun ratkaisuja on aikoinaan noudatettu ja miten ne näkyvät tuotteen uusversioissa. Tämä tutkimus hyödyntää hie-

²⁸¹ Ks. esim. Mäkikalli 2010.

man muotoilun tutkimusta, mutta voi sitäkin enemmän tuottaa tietoa muotoilun tutkimuksen käyttöön.

Vaikka ei ole välttämätöntä tarkastella tuotetta juuri kolmesta eri tutkimuksellisesta viitekehyksestä käsin, tässä tutkimuksessa eri tutkimusalojen yhdistely (kuten pelitutkimuksen ja esinetutkimuksen) avaa käsitystä erilaisista tuotteista, niiden toimijuudesta ja siten erilaisista uustuotantoprosesseista. Tutkimukseni antaa viitteitä siitä, joskin ei täyttä varmuutta, että vaillinaiset lepovaiheet ovat kytköksissä lautapelin ja elokuvan välisiin eroihin. Siinä missä lautapeli on uudelleenpelattava ja jokainen pelitilanne on ainutlaatuinen johtuen sattumasta, pelaajien päätöksistä sekä vaihtuvuudesta, elokuva ei ole yhtä uudelleenkatsottava. Ensimmäinen katselukerta on ainutlaatuinen kokemus, minkä jälkeen kokemus todennäköisesti tasaantuu, koska tarina lopputuloksineen ei muutu. Elokuvaan on tuotava selvemmin jotain uutta, ja katkosten tulee olla täydellisiä.

Tämä tutkimus on osoittanut sen, ettei suunniteltua vanhentamista välttämättä tarvita uustuotantoprosessissa – henkiinherätykset ilman katkoksia ovat riittäviä. Vanhentamisen ja revivifikaation eli henkiinherättämisen kaltaisten ilmiöiden välisen suhteen ymmärtämisestä on kuitenkin hyötyä uustuotantoprosessitutkimuksessa. Ne ovat kumpikin sekä kulutuksen, materiaalsen kulttuurin että kulttuurisen tutkimuksen tutkimuskohteita. Suunniteltu vanhentaminen ohjaa tarkastelemaan tuoteversion rajallisuutta sekä kaupallisessa että materiaalisessa mielessä. Se liittyy sekä kestoisiin että kestävyyyteen vaikuttaen lepovaiheen pituuteen ja tuoteversioiden hajoamiseen. Vanhentamisen rooli tuotteessa ja uustuotantoprosessissa vaihtelee. Näen itse vanhentamisen eräänlaisena yleisenä viitekehikkona, jonka puitteissa tuotesuunnittelijat ja valmistajat joutuvat joko tahtomattaan tai vapaaehtoisesti toimimaan. Samaan tapaan näen kestäväen kehityksen vanhentamista vastustavana viitekehikkona, työkaluna, johon uustuotantoprosessi kytkeytyy Kimblen myötä.

Henkiinherättäminen taas on valmistajan ja käyttäjien välistä sosiaalista neuvottelua, sillä käyttäjät joko hyväksyvät tai eivät hyväksy tuotteeseen tehtyjä muutoksia. Esimerkiksi Star Wars -elokuvaasaagaan tehdyt muutokset eivät miellyttäneet vanhoja faneja, jotka olivat nähneet alkuperäiset versiot²⁸². Tasapainoilu muutosten ja aiempien käyttäjäskupolvien hyväksynnän välillä voi vaikuttaa uusversion menestymiseen. Henkiinherättämisen ymmärtäminen voi auttaa ymmärtämään myös, miksi muutoksia on tehty tai jätetty tekemättä. Henkiinherättäminen on vahvasti kytköksissä kulloiseenkin kulttuuriseen kontekstiin, jossa esimerkiksi retro voi olla muodissa tai yhteiskunnalliset muutokset voivat vaikuttaa tuotteeseen.

Miten hyvin tämä tutkimus saavuttaa tavoitteensa, ja olisiko tutkimuksen voinut tehdä jollain tapaa toisin? Missä määrin tutkimuksen tulokset ovat toistettavissa

²⁸² Changes in Star Wars re-releases, www.wikipedia.org.

ja yleistettävissä? Esimerkiksi Pertti Alasuutari huomauttaa, ettei yleistäminen ole aina ongelma, vaan pikemminkin tiettyihin tiedeihanteisiin perustuvaa. Kulttuurintutkimuksessa lähtökohta on vaikkapa vanhojen ajatusmallien kyseenalaistaminen ja tajunnan laajentaminen, ei niinkään hypoteesien oikeellisuuden todistelu.²⁸³ Oma tutkimukseni asettuu tähän välimaastoon. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on ollut testata uustuotantoprosessia sekä tuottaa malli, joka soveltuu erilaisten tuotteiden tarkasteluun. Tutkimus antaa osviittaa siitä, että tulokset ovat toistettavissa, joskin se herättää myös lisäkysymyksiä. Esimerkiksi kysymys lautapelin ja elokuvan lepovaiheiden eroavaisuuksista olisi voinut ratketa tuotevertailulla; olisin voinut hyödyntää tutkimuksessani kolmea erityyppistä tuotetta, jolloin käsitteet ja mallit saattaisivat olla luotettavampia. Olen kuitenkin halunnut tuottaa syvällisen ja laadullisen analyysin yhdestä tuotteesta, jonka olen tutkimukseni alussa havainnut kyseenalaistavan suunniteltua vanhentamista painottavaa uustuotantoprosessia. Useamman eri tuotteen tarkastelu olisi voinut vahvistaa tulosten yleistettävyyttä, mutta todennäköisesti se olisi sulkenut pois esimerkiksi joitain uustuotantoprosessin osa-alueita ja niiden käsittelyä, heikentänyt käyttäjien roolia tai tuotteen luonteen merkitystä. Olen pyrkinyt ennen kaikkea laajentamaan käsitystä kestävien tuotesuhteiden elinkaarista sekä niiden suunnittelu- ja tutkimusmahdollisuuksista.

Tutkimukseni tavoitteet täyttyvät siltä osin, että olen tunnistanut Kimblen uustuotantoprosessin ja prosessiin kuuluvia tekijöitä, onnistunut kyseenalaistamaan asioita sekä laatinut testauskelpoisen mallin. Tutkimuksen heikkouksina voi pitää tekemiäni aineistotulkintoja, sillä kuka tahansa toinen tutkija tulkitsisi aineistoa toisin tai olisi esittänyt toisenlaisia kysymyksiä. Uustuotantoprosessissa keskeistä onkin, että se sisältää sekä faktatietoihin ja yleistettävään malliin perustuvan osion, mutta myös subjektiivista tulkintaa. Vaikka on tärkeää tuntea keskeiset käsitteet sekä tulkita tietoja niiden mukaan, pelkkä julkaisufaktoihin perustuva tutkimus ei palvele tutkijaa loputtomiin. Tutkijan on tunnettava tuotteen historia sekä ymmärrettävä, miksi käyttäjät joko pitävät tai eivät pidä tuotteesta. Tuotteen syvälinen ymmärtäminen on aina subjektiivista tulkintaa, mutta se avaa käsitystä siitä, miksi tuote on erityinen.

Uustuotantoprosessin malli on valmis testaukseen. Jatkotutkimus edellyttää, että malli on seuraavaksi otettava käyttöön. Mallia voi soveltaa niin tieteelliseen tutkimukseen kuin tuotekehitykseen. Tieteellisessä tutkimuksessa mallin tarkoitus on tarjota yksi uusi tutkimusmenetelmä esinetutkimukseen, jota voivat hyödyntää paitsi yliopistot myös muut esinetutkimusta tekevät instituutiot kuten museot. Tuotteen elinkaarta tutkimalla on mahdollista selvittää esimerkiksi tuotteeseen tehtyjä muutoksia ja niiden syitä sekä tuotteen kulttuurisia konteksteja ja merkityksiä ajas-

²⁸³ Alasuutari 2011, 234–237.

sa. Tuotekehityksessä mallin tarkoituksena on auttaa yrityksiä hahmottamaan omien joko aiemmin julkaistujen tai julkaisemattomien, täysin uusien tuotteiden uudelleenjulkaisupotentiaalia, ja siten vahvistamaan omaa jatkuvuuttaan markkinoilla sekä luomaan kestäviä tuotesuhteita. Tuotekehityskäyttöön on varattava aikaa, sillä se vaatii vuosikymmenien työn.

Kimble vahvistaa ajatusta siitä, että muutkin kuin mediatuotteet soveltuvat henkiinherätyksen kohteiksi. Tulevan tutkimustyön seuraava etappi onkin uustuotantoprosessin testaus eri tuotteilla. Yhtenä avoimena kysymyksenä on aiemmin esittämäni oletus siitä, että tuotteen aktiivinen ja vuorovaikutteinen luonne ja toimijuus vaikuttavat lepovaiheeseen ja suunnitellun vanhentamisen tarpeellisuuteen elinkaareissa. Kimble antaa osviittaa siitä, ettei vanhentamista välttämättä tarvita ainakaan sen tavanomaisimmissa muodoissa. Myös kestävän kehityksen kannalta on välttämätöntä, että suunnitellun vanhentamisen käyttö vähenee. Esitin aiemmin myös, kuinka tämä tutkimus on keskittynyt jo olemassa oleviin *menestyneisiin* tuotteisiin, jolloin toinen jatkotutkimuksen aihe on kokeilla mallin käyttöä epäonnistuneeseen tuotteeseen: Voiko epäonnistuneella tuotteella olla uustuotantoprosessia? Mitä tuotteita ylipäänsä kannattaa herättää henkiin²⁸⁴?

Kolmantena jatkotutkimuksen aiheena näen uustuotantoprosessin osa-alueet, jotka eivät ole välttämättä kiveen kirjoitettuja siten, että ne esiintyisivät aina jokaisessa tuotteessa samassa suhteessa. Uusien tuotteiden myötä voi löytyä myös uusia osa-alueita. Olen tässä tutkimuksessa tarkoituksella sulkenut nostalgian tarkastelun pois, mutta tämä ei tarkoita sitä, etteikö nostalgiaa voisi tarkastella yhtenä uustuotantoprosessin osa-alueena myöhemmässä tutkimuksessa. On mahdollista, että nostalgia syntyy jo tutkimieni osa-alueiden leikkauspisteessä. Lisäksi osa-alueet muutoinkin edellyttävät syvällisempää tarkastelua ja vertailua. Esimerkiksi alkuvaiheen tarinoiden kerronta ja hyödyntäminen tuoteversioissa voivat olla historian tutkimuksen kannalta kiinnostavia näkökulmia.

Neljäntenä suuntana olisi mielenkiintoista tutkia yksittäisen tuotteen jokaista uudelleenilmestymishetkeä tarkemmin ja selvittää, miten tuote on sopeutunut tai sopeutettu kulloiseenkin kulttuuriseen kontekstiinsa; miten tuote vastasi kysyntään, miten sitä mainostettiin, mitä käyttäjät siitä ajattelivat ja miten se heijasti aikaansa. Uustuotantoprosessin malli on mahdollista jalostaa eräänlaiseksi tuotteen elinkaarren päiväkirjaksi, johon ajan saatossa kirjatut ilmestymiset konteksteineen avaavat merkittäviä tutkimuskohteita, joissa usean eri tieteenalan voimat voidaan yhdistää.

Väitöskirja-artikkelini ovat saman ongelmakokonaisuuden eri osa-alueita, kuten artikkeliväitöskirjassa kuuluukin olla. Ne kuvaavat sitä, mitä uustuotantoprosessissa tapahtuu. Ne argumentoivat sen puolesta, että tuotteen elinkaari on pilkot-

²⁸⁴ Kysymys, jonka olen esittänyt ennenkin: ks. Sihvonen 2014a.

tava ja perattava osiin, jotta kestäviä ja erityisiä tuote- ja esinesuhteita on mahdollista ymmärtää ja myös rakentaa. Siinä missä aiempi tutkimus on yksinkertaistanut vastaavien tuotesuhteiden perustumisen nostalgiaan, kiinnittänyt huomion pelkän kestävyuden parantamiseen tai käsitellyt tunneyhteyden luomista²⁸⁵, tämä tutkimus kiinnittää huomion tuotteen koko elinkaareen, siinä tapahtuviin muutoksiin sekä siihen vaikuttaviin tekijöihin aina valmistajasta käyttäjiin ja materiaalisiin ilmiöihin. On lähdeittävä konkreettiselta tasolta liikkeelle, sillä käyttäjän tunneyhteys tai nostalgia eivät synny tuosta vain, vaan ne perustuvat aina johonkin. Käyttäjä voi myös kieltäytyä nostalgisoimasta tuotetta, jolloin nostalgia pohjalta ponnistava tutkimus tyrehtyy alkuunsa. Huomion kiinnittäminen artikkeleissa käsiteltyihin osaluoksiin varmistaa sen, ettei näin tapahdu.

Koko väitöskirjani yhteenvedona totean vielä, että uustuotantoprosessissa on kyse merkityksellisestä, erityisestä tuote- ja esinesuhteesta, jossa sukupolvet siirtävät saman tuotteen seuraaville sukupolville. Miten tämä tarkalleen tapahtuu? Kyse ei ole pelkästään vanhemmilta lapsille tapahtuvaa tuoteperinteen siirtämistä, vaan sitä siirtävät myös muut tahot kuten media ja kulttuuriset instituutiot. Tällaisen tutkimuksen aineistona voisi hyödyntää esimerkiksi sisustus- ja aikakauslehtiä ja kulttuurikentän eri toimijoiden tuottamia jälkiä; miten ja miksi ne perustelevat tuotteen tarpeellisuutta, toimivuutta ja merkittävyyttä tässä hetkessä ja miten nuo perusteet muuttuvat eri kulttuurisissa konteksteissa?

²⁸⁵ Ks. Davis 1979; Cooper 2010; Chapman 2015.

Lähteet

Kaikki Internet-osoitteet on tarkistettu 18.4.2022.

Asiantuntijahaastatteluaineisto (Liite 1: esimerkki haastattelukysymyksistä)

- Heljakka, Katriina. Kimbleä koskeva asiantuntijahaastattelu 23.1.2015. (Haastattelija Lilli Sihvonen, nauhoitus, litteraatio ja muistiinpanot tekijän hallussa. Litteraation pituus 11 liuskaa.)
- Heljakka, Kalevi. Kimbleä koskeva asiantuntijahaastattelu 11.9.2015. (Haastattelija Lilli Sihvonen, nauhoitus, litteraatio ja muistiinpanot tekijän hallussa. Litteraation pituus 9 liuskaa.)
- Heljakka, Markku. Kimbleä koskeva asiantuntijahaastattelu 5.2.2015. (Haastattelija Lilli Sihvonen, nauhoitus, litteraatio ja muistiinpanot tekijän hallussa. Litteraation pituus 10 liuskaa.)
- Tuomola, Hannu. Kimbleä koskeva asiantuntijahaastattelu 5.11.2015. (Haastattelija Lilli Sihvonen, nauhoitus, litteraatio ja muistiinpanot tekijän hallussa. Litteraation pituus 22 liuskaa.)
- Wallenius, Jussi. Kimbleä koskeva asiantuntijahaastattelu 5.2.2015. (Haastattelija Lilli Sihvonen, nauhoitus, litteraatio ja muistiinpanot tekijän hallussa. Litteraation pituus 7 liuskaa.)

Verkkokyselyt (Liite 2: kyselylomake)

Kimble-kysely, verkkolomakekysely (Webropol) marraskuu 2015. Vastaajia 247 (naisia 184, miehiä 51, muu 6 ja en halua vastata 6). Aineisto tutkijan hallussa.

Dokumentoidut Kimble-versiot (Liite 3: lista dokumentoiduista Kimble-versioista)

- Automaatio- ja systeemitekniikan kiltä (ASK), Aalto-yliopisto, 5 kpl Kimble-versioita. Dokumentoitu 13.4.2017, dokumentointiaineisto tutkijan hallussa.
- Tactic Games Oy, 7 kpl Kimblen perusversiota 1967–2007. Dokumentoitu 5.6.–11.9.2015, dokumentointiaineisto tutkijan hallussa.
- Tactic Games Oy, 20 kpl lisenssiversioita 2000–2015. Dokumentoitu 5.6.–11.9.2015, dokumentointiaineisto tutkijan hallussa.
- Tactic Games Oy, 1 kpl retroversio (näköispainos vuoden 1967 Kimblen perusversiosta, ei kaupallisessa jakelussa) 2007. Dokumentoitu 5.6.–11.9.2015, dokumentointiaineisto tutkijan hallussa.

Juhlakirjat

Heljakka, Kati & Katri Vainiomäki. 2017. *Poppi & Noppa ja Lelutehtaan aarre*. Pori: Tactic Games Oy.

Sanoma- ja aikakauslehdet

Pöppönen, Hannu. 2015. "Aito Asia?" *Antiikki & Design*, Retroilu-erikoisnumero 3B: 46–49.
 Kauppinen, Jukka O. 2016. "Klassikkojen paluu – Comebackeja haudan takaa." *Skrolli* 3: 8–11.

Tuotekatalogit

Tactic Suomi 2014 -tuotekatalogi. Pori: Tactic Games Oy.

Verkkoutiset ja -sivut, blogit, videot ja muu verkkomedia

ASS30-valaisin, "Kultakello" -valaisimen tarina, Artek. <https://www.artek.fi/fi/tarinat/elegance-updated>.

Changes in Star Wars re-releases, Wikipedia-sivu.

https://en.wikipedia.org/wiki/Changes_in_Star_Wars_re-releases.

Cross and circle game, Wikipedia-sivu. https://en.wikipedia.org/wiki/Cross_and_circle_game.

Digitaalinen kulttuuri, Turun yliopisto. <https://www.utu.fi/fi/yliopisto/humanistinen-tiedekunta/kulttuurituotannon-ja-maisemantutkimuksen-koulutusohjelma/digitaalinen-kulttuuri>.

Heikkinen, Risto & Tuomas Kukko. 2015. "Kimblen noppa ei ole täysin satunnainen." *Statistiton.com* 30.1.2015. <http://statistiton.com/?p=440>.

Junkkari, Marko. 2018a. "Arhinmäki ja "Kimble-piirit" tuhtuivat Marko Junkkarin kolumnista."

Junkkari-blogi, Helsingin Sanomat 27.4.2018 (9:35, päivitetty 11:26).

<https://www.hs.fi/junkkari/art-2000005658366.html>.

Junkkari, Marko. 2018b. "Onko se Kimble strateginen älypeli vai ei? Poliitikko, ekonomisti, šakkimestari ja lapsi ottivat mittaa."

Junkkari-blogi, Helsingin Sanomat 29.4.2018 (2:00, päivitetty

19:32). <https://www.hs.fi/junkkari/art-2000005658940.html>.

Kimble-ilme20 -kilpailu. <https://www.kimble.fi/wordpress/index.php/kimble-ilme20/>.

Kimblen SM-finaali 2017 (video). https://www.facebook.com/kimble.fi/videos/kimble-sm-finaali/10154968707651811/?_so_=_permalink&_rv_=_related_videos.

Kimble Twist. <https://www.kimble.fi/wordpress/index.php/tuotteet/kimble-twist/>.

Kimble, Wikipedia-sivu. <https://fi.wikipedia.org/wiki/Kimble>.

Lähde, Jussi. 2018. "Plok! Maailmassa on 2,5 miljoonaa pop-o-maticia, ja näin Kimble kuvaa yhteiskuntaa sellaisena kuin se on." *Aviisi* 20.8.2018. <https://www.aviisi.fi/2018/08/plok-maailmassa-25-miljoonaa-pop-o-maticia-nain-kimble-kuvaa-yhteiskuntaa-sellaisena/>.

Muumi Kimble. <https://www.kimble.fi/wordpress/index.php/tuotteet/muumi-kimble-2/>.

Original Kimble. <https://www.kimble.fi/wordpress/index.php/tuotteet/original-kimble/>.

Pääsiäis-Kimble, Kimblen Facebook-sivu, (19.4. 2019).

<https://www.facebook.com/kimble.fi/photos/a.437110116810/10156043751901811/>.

Remake, Wikipedia-sivu. <https://en.wikipedia.org/wiki/Remake>.

Saari, Mikko. 2009. "Kimble (peliarvostelu)". *Lautapeliopas* 12.8.2009 (päivitetty 20.09.2021).

<https://www.lautapeliopas.fi/peliarvostelut/kimble/>.

SuomiAreena, "Kolme aihetta ja Kimble -tapahtuma" (17.7.2018), Facebook-sivu. <https://en-gb.facebook.com/events/225981468199296/>.

Särkkä, Heini. 2015. "Mullistava löydös Kimblessä: Nopan liikkeitä voi ennustaa." *Ilta-Sanomat* 2.2.2015 (päivitetty 3.2.2015). <https://www.is.fi/tiede/art-2000000872653.html>.

Söderlund, Andreas. 2013. "Perkele, det är lättare regler i Sverige!" *Aftonbladet* 19.11.2013 (päivitetty 20.11.2013). <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/vmx8wL/perkele-det-ar-lattare-regler-i-sverige>.

Takkunen, Juho, Simo Ortamo, Stina Suominen & Joel Kanerva. 2018. "Romu pilkottaa rahaksi". *Yle* 22.12.2018 (päivitetty 22.12.2018). <https://yle.fi/uutiset/3-10472211>.

- Tietosuoja, henkilötietojen käsittely. <https://tietosuoja.fi/henkilotietojen-kasittely>.
- Tietosuoja, mikä on henkilötieto? <https://tietosuoja.fi/mika-on-henkilotieto>.
- TENK, Tutkimuseettinen neuvottelukunta: Hyvä tieteellinen käytäntö. <https://www.tenk.fi/fi/hyva-tieteellinen-kaytanta>.
- UNESCO. 2015. "Cultural Times – The first global map of cultural and creative industries." Study by EU. http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/ERI/pdf/EY-Cultural-Times2015_Low-res.pdf.
- Yki Nummi, Innolux. https://innolux.fi/pages/yki-nummi?_pos=1&_sid=891e7cbd7&_ss=r.
- Yle Uutisluokka 3.4.2019*. "EU valmistele lakkia, jonka mukaan kaikki koneet pitää voida korjata." <https://yle.triplot.io/articles/eu-valmistele-lakkia-jonka-mukaan-kaikki-koneet-pitaa-voida-korjata>.

Kirjallisuus

- Aarseth, Espen. 2003. "Playing Research: Methodological approaches to game analysis." *Artnodes*. 10.7238/a.v0i7.763.
- Alastalo, Marja & Maria Åkerman. 2010. "Asiantuntijahaastattelun analyysi: Faktojen jäljillä." Teoksessa *Haastattelun analyysi*, toimittanut Johanna Ruusuvoori, Pirjo Nikander & Matti Hyvärinen: 372–392. Tampere: Vastapaino.
- Alasuutari, Pertti. 2011. *Laadullinen tutkimus 2.0*. Viides painos 2014, ensimmäinen painos 1993. Tampere: Vastapaino.
- Apo, Satu. 2001. *Viinan voima – Näkökulmia suomalaisten kansanomaiseen alkoholiajatteluun ja -kulttuuriin*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Appadurai, Arjun. 1986. "Introduction: commodities and the politics of value." Teoksessa *The social life of things – Commodities in cultural perspective*, toimittanut Arjun Appadurai: 3–63. Cambridge: Cambridge University Press.
- Arjoranta, Jonne. 2015. "Johdanto." Teoksessa *Lähipeluu: Luentoja digitaalisista peleistä*, toimittanut Jonne Arjoranta: 5–8. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Armstead, Charity S. & Ellen McKinney. 2022. "The role of nostalgia in retro sewing." *Journal of Consumer Culture*, 22(1): 61–81. DOI: 10.1177/1469540519893102.
- Arnaudo, Marco. 2017. "The Experience of Flow in Hobby Board Games." *Analog Game Studies* IV(V). <http://analoggamestudies.org/2017/11/the-experience-of-flow-in-hobby-board-games/>.
- Balling, Gitte & Nanna Kann-Christensen. 2013. "What is a non-user? An analysis of Danish surveys on cultural habits and participation." *Cultural Trends*, 22(2): 67–76. DOI: 10.1080/09548963.2013.783159.
- Barbara, Jonathan. 2017. "Measuring User Experience in Multiplayer Board Games." *Games and Culture*, 12(7–8): 623–649. DOI: 10.1177/1555412015593419.
- Bartmanski, Dominik & Ian Woodward. 2015. "The vinyl: The analogue medium in the age of digital reproduction." *Journal of Consumer Culture*, 15(1): 3–27. DOI: 10.1177/1469540513488403.
- Begy, Jason. 2017. "Board Games and the Construction of Cultural Memory." *Games and Culture*, 12(7–8): 718–738. DOI: 10.1177/1555412015600066.
- Bell, Robert Charles. 1979. *Board and Table Games From Many Civilizations*. Korjattu painos vuosilta 1960 ja 1969. New York: Dover Publications, Inc.
- Bizzocchi, Jim & Joshua Tanenbaum. 2011. "Well Read: Applying Close Reading Techniques to Gameplay Experiences." Teoksessa *Well Played 3.0 – Video Games, Value and Meaning*, toimittanut Drew Davidson: 289–315. Pittsburgh, PA: ETC Press.
- Booth, Paul. 2016. "Board, game, and media: Interactive board games as multimedia convergence." *The International Journal of Research into New Media Technologies*, 22(6): 647–660. DOI: 10.1177/1354856514561828.
- Boym, Svetlana. 2001. *The Future of Nostalgia*. New York: Basic Books.

- Burns, Brian. 2010. "Re-evaluating Obsolescence and Planning for It." Teoksessa *Longer Lasting Products – Alternatives to the Throwaway Society*, toimittanut Tim Cooper: 39–60. Farnham & Burlington: Gower Publishing.
- Caillois, Roger. 2001. *Man, Play and Games*. Käännös ranskasta Meyer Barash. Urbana, Ill.: University of Illinois Press.
- Chapman, Jonathan. 2015. *Emotionally Durable Design – Objects, experiences and empathy*. Toinen painos. London & New York: Routledge.
- Chauhan, S. P. & Daisy Chauhan. 2008. "Human Obsolescence: A Wake-up Call to Avert a Crisis." *Global Business Review*, 9(1): 85–100. DOI: 10.1177/097215090700900106.
- Cooper, Tim. 2010. "The Significance of Product Longevity." Teoksessa *Longer Lasting Products – Alternatives to the Throwaway Society*, toimittanut Tim Cooper: 3–36. Farnham & Burlington: Gower Publishing.
- Cross, Gary. 2015. *Consumed Nostalgia – Memory in the Age of Fast Capitalism*. New York: Columbia University Press.
- Danilovic, Sandra & Alex de Voogt. 2021. "Making Sense of Abstract Board Games: Toward a Cross-Ludic Theory." *Games and Culture*, 16(5): 499–518. DOI: 10.1177/1555412020914722.
- Davis, Fred. 1979. *Yearning for Yesterday – A Sociology of Nostalgia*. New York: The Free Press.
- Denzin, Norman K. 1978. *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. Toinen painos. New York: McGraw-Hill.
- Depaulis, Thierry. 2018. "Ancient American Board Games, I: From Teotihuacan to the Great Plains." *Board Game Studies Journal*, 12(1): 29–55. DOI: <https://doi.org/10.2478/bgs-2018-0002>.
- Editors, The. 2018. "Dossier: The Futures of Game Studies." *The Velvet Light Trap*, 81: 57–80. University of Texas Press. <https://doi.org/10.7560/VLT8106>.
- Ellis, Carolyn & Tony E. Adams. 2014. "The Purposes, Practices, and Principles of Autoethnographic Research." Teoksessa *The Oxford Handbook of Qualitative Research*, toimittanut Patricia Leavy: 254–276. New York: Oxford University Press.
- Eskola, Jari & Juha Suoranta. 2014. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. 10. painos, ensimmäinen painos 1998. Tampere: Vastapaino.
- Flanagan, Mary. 2009. *Critical Play: Radical Game Design*. Cambridge & London: The MIT Press.
- Gabriel, Yiannis & Tim Lang. 2015. *The Unmanageable Consumer*. 3., 20-vuotisjuhlapainos. Los Angeles, London, New Delhi & Singapore: Sage Publications.
- Gamble, Christopher N., Joshua S. Hanan & Thomas Nail. 2019. "What is new materialism?" *Angelaki Journal of Theoretical Humanities*, 24(6): 111–134. DOI: 10.1080/0969725X.2019.1684704.
- Grainge, Paul. 2000. "Nostalgia and style in Retro America: Moods, modes, and media recycling." *The Journal of American Culture*, 23(1): 27–34. DOI: 10.1111/j.1537-4726.2000.2301_27.x.
- Heljakka, Katriina. 2011. " "License to thrill" – Lisenssit: lautapelisuunnittelun lyhyt oppimäärä." *Pelitutkimuksen vuosikirja 2011*, toimittanut Jaakko Suominen, Raine Koskimaa, Frans Mäyrä, Olli Sotamaa & Riikka Turtiainen: 46–54. Tampere: Tampereen yliopisto. <http://www.pelitutkimus.fi/vuosikirja2011/ptvk2011-05.pdf>.
- Hesmondhalgh, David. 2007. *The Cultural Industries*. Toinen painos. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage Publications.
- Hirsjärvi, Sirkka & Helena Hurme. 2014. *Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Hoskins, Janet. 2006. "Agency, Biography and Objects." Teoksessa *Handbook of Material Culture*, toimittanut Christopher Tilley, Webb Keane, Susanne Küchler, Michael Rowlands & Patricia Spyer: 74–84. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publications.
- Häyrynen, Simo. 2015. *Kulttuuripolitiikan liikkuvat rajat: kulttuuri suomalaisessa yhteiskuntapolitiikassa*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Ilmonen, Kaj. 1993. *Tavaroiden taikamaailma*. Tampere: Vastapaino.
- Ilmonen Kaj. 2007. *Johan on markkinat – Kulutuksen sosiologista tarkastelua*. Tampere: Vastapaino.

- Jensen, Rolf. 1999. *The Dream Society – How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform Your Business*. New York: McGraw-Hill.
- Johnson, Bruce & Hannu Salmi. 2012. "Aistien historia. Kohteet ja menetelmät." Teoksessa *Tulkinan polkuja – Kulttuurihistorian tutkimusmenetelmiä*, toimittanut Asko Nivala & Rami Mähkä: 82–106. Turku: Turun yliopisto.
- Kajander, Anna. 2020. *Kirja ja lukija digitalisoituvassa arjessa*. Väitöskirja. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Kallio, Kirsi Pauliina. 2009. "Katsaus monitieteiseen pelitutkimukseen. Suhteellinen määrällinen, strukturoitu laadullinen ja muutamia muita kompromissiratkaisuja." *Pelitutkimuksen vuosikirja 2009*, toimittanut Jaakko Suominen, Raine Koskimaa, Frans Mäyrä & Olli Sotamaa: 106–113. Tampere: Tampereen yliopisto.
<https://www.pelitutkimus.fi/wp-content/uploads/2009/08/ptvk2009-10.pdf>.
- Keskitalo, Jussi. 2010. "Katsaus uuteen lautapelikulttuuriin Suomessa 2000-luvulla." *Pelitutkimuksen vuosikirja 2010*, toimittanut Jaakko Suominen, Raine Koskimaa, Frans Mäyrä & Olli Sotamaa: 120–131. Tampere: Tampereen yliopisto. <https://www.pelitutkimus.fi/vuosikirja2010/ptvk2010-11.pdf>.
- Kinnunen, Veera. 2017. *Tavarat tiellä – Sosiologinen tutkimus esinesuhteista muutossa*. Väitöskirja. Rovaniemi: Lapin yliopisto.
- Koivunen, Anu. 2001. "Takaisin kotiin? Nostalgiaselityksen lumo ja ongelmallisuus." Teoksessa *Populaarin lumo – mediat ja arki*, toimittanut Anu Koivunen, Susanna Paasonen & Mari Pajala: 324–350. Turku: Turun yliopisto.
- Kopytoff, Igor. 1986. "The cultural biography of things: commoditization as process." Teoksessa *The social life of things – Commodities in cultural perspective*, toimittanut Arjun Appadurai: 64–91. Cambridge: Cambridge University Press.
- Korkiakangas, Pirjo. 2001. "Esineiden nostalgisoituminen – yleivöityneen, arkisen ja kansanomaisen nostalgiaa." Teoksessa *Pandoran Lipas – Virvatulia esineiden maailmasta*, toimittanut Ilmari Vesterinen & Bo Lönnqvist: 75–101. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Kuula, Arja. 2011. *Tutkimusetiikka – Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys*. Tampere: Vastapaino.
- Kuula, Arja, & Sanni Tiitinen. 2010. "Eettiset kysymykset ja haastattelujen jatkokäyttö." Teoksessa *Haastattelun analyysi*, toimittanut Johanna Ruusuvaara, Pirjo Nikander & Matti Hyvärinen: 446–459. Tampere: Vastapaino.
- Lehtonen, Merja. 2019. *Pelin liikunnallistaminen: Kimblestä liikuntaa Pitkis-Sport-leirillä*. Pro gradu -tutkielma. Pori: Turun yliopisto.
- Lehtonen, Turo-Kimmo. 2015. *Aineellinen yhteisö*. Ensimmäinen painos 2008. Helsinki: Tutkijaliitto.
- Leorke, Dale. 2018. "Solo Board Gaming: An Analysis of Player Motivations." *Analog Game Studies* V(IV). <http://analoggamestudies.org/2018/12/solo-board-gaming-an-analysis-of-player-motivations/>.
- Lodziak, Conrad. 2000. "On Explaining Consumption." *Capital & Class*, 24(3): 111–133. DOI: 10.1177/030981680007200106.
- Malaby, Thomas. 2007. "Beyond Play: A New Approach to Games." *Games and Culture*, 2(2): 95–113. DOI: 10.1177/1555412007299434.
- Miller, Daniel. 1987. *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford & New York: Basil Blackwell.
- Miller, Daniel. 2006. "Consumption." Teoksessa *Handbook of Material Culture*, toimittanut Christopher Tilley, Webb Keane, Susanne Küchler, Michael Rowlands & Patricia Spyer: 341–354. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publications.
- Mälikalli, Maija. 2010. "Johdanto – Materiaalisen kulttuurin historiaa." Teoksessa *Esine ja aika – Materiaalisen kulttuurin historiaa*, toimittanut Maija Mälikalli & Riitta Laitinen: 9–33. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Männistö-Funk, Tiina. 2014. *Itsetehty Moderni – Gramofoni, polkupyörä ja valokuvaus suomalaisten elämässä 1880-luvulta 1940-luvulle*. Väitöskirja. Turku: Turun yliopisto.

- Männistö-Funk, Tiina. 2016. "Rykelmät – Työkaluehdotus materiaalien toimijoiden menneisyyden tutkimukseen." *Historiallinen aikakauskirja 2*: 178–189. Helsinki: Suomen Historiallinen Seura.
- Mäyrä, Frans. 2008. *An Introduction to Game Studies – Games in Culture*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage Publications.
- Norman, Donald A. 2000. *The Design of Everyday Things*. Kolmas painos, ensimmäinen painos 1988. London: The MIT Press.
- Norman, Donald A. 2004. *Emotional Design – Why we love (or hate) everyday things*. New York: Basic Books.
- Osborne, Richard. 2019. "Vinyl, vinyl everywhere: The Analog Record in the Digital World." Teoksessa *The Routledge Companion to Media Technology and Obsolescence*, toimittanut Mark J. P. Wolf: 200–214. New York & London: Routledge.
- Packard, Vance. 1960. *The Waste Makers*. Bill KcKibbenin esipuheella. New York: Ig Publishing.
- Parikka, Jussi. 2012. *What is Media Archaeology?* Cambridge, UK & Malden, MA: Polity Press.
- Peattie, Ken. 2010. "Rethinking Marketing." Teoksessa *Longer Lasting Products– Alternatives to the Throwaway Society*, toimittanut Tim Cooper: 243–272. Farnham & Burlington: Gower Publishing.
- Peltoniemi, Mirva. 2015. "Cultural Industries: Product-Market Characteristics, Management Challenges and Industry Dynamics." *International Journal of Management Reviews*, 17(1): 41–68. DOI: 10.1111/ijmr.12036.
- Prior, Lindsay. 2014. "Content Analysis." Teoksessa *The Oxford Handbook of Qualitative Research*, toimittanut Patricia Leavy: 359–379. New York: Oxford University Press.
- Pöysä, Jyrki. 2015. *Lähiluvun tieto – Näkökulmia kirjoitetun muistelukerronnan tutkimukseen*. Kulta-neito XVII. Joensuu: Suomen Kansantietouden Tutkijain Seura.
- Reunanen, Markku. 2017. *Times of Change in the Demoscene – A Creative Community and Its Relationship with Tecnology*. Väitöskirja. Pori: Turun yliopisto.
- Rogerson, Melissa J. & Martin Gibbs. 2018. "Finding Time for Tabletop: Board Game Play and Parenting." *Games and Culture*, 13(3): 280–300. DOI: 10.1177/1555412016656324.
- Rogerson, Melissa J., Martin Gibbs & Wally Smith. 2016. "I love all the bits": The Materiality of Boardgames." *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '16)*: 3956–3969. New York, NY: Association for Computing Machinery. DOI: 10.1145/2858036.2858433.
- Rossi, Riikka & Katja Seutu. 2007. "Nostalgian lukijalle." Teoksessa *Nostalgia – Kirjoituksia kai-puusta, ikävästä ja muistista*, toimittanut Riikka Rossi & Katja Seutu: 7–12. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Ryynänen, Toni & Visa Heinonen. 2018. "From nostalgia for the recent past and beyond: The temporal frames of recalled consumption experiences." *International Journal of Consumer Studies*, 42(1): 186–194. DOI: 10.1111/ijcs.12398.
- Ryynänen, Toni & Visa Heinonen. 2021. "A consumption timecycle: contextually situated and temporally recurring experiences." *Qualitative Market Research*, 24(2): 221–239. DOI: 10.1108/QMR-02-2020-0024.
- Saari, Antti & Esko Harni. 2014. "Kyyhky ja opetus kone : inhimillisen ja ei-inhimillisen yhteenliittymä B.F. Skinnerin behaviorismissä." *Kasvatus ja Aika*, 9(1): 41–55. http://www.kasvatus-ja-aika.fi/dokumentit/saariharni_2703151549.pdf.
- Salmi, Hannu. 2001. "Menneisyyskokemuksesta hyödykkeisiin – historiakulttuurin muodot." Teoksessa *Jokapäiväinen historia*, toimittanut Jorma Kalela & Ilari Lindroos: 134–149. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Salmose, Niklas. 2019. "Nostalgia Makes Us All Tick: A Special Issue on Contemporary Nostalgia." *Humanities*, 8(3), 144: 1–5. DOI: 10.3390/h8030144.
- Salo, Ulla-Maija. 2015. "Simsalabim, sisällönanalyysi ja koodaamisen haasteet." Teoksessa *Umpiku-jasta oivallukseen: Refleksiivisyys empiirisessä tutkimuksessa*, toimittanut Sanna Aaltonen & Riitta Högbäck: 166–190. Tampere: Tampereen yliopistopaino.

- Santana-Acuña, Álvaro. 2020. *Ascent to glory: how One hundred years of solitude was written and became a classic*. New York: Columbia University Press.
- Saukko, Paula. 2003. *Doing research in cultural studies: an introduction to classical and new methodological approaches*. London: Sage Publications. DOI: 10.4135/9781849209021.
- Schreier, Margit. 2012. *Qualitative Content Analysis in Practice*. London, Los Angeles, New Delhi, Singapore: Sage Publications.
- Scott, Susie. 2009. *Making Sense of Everyday Life*. Cambridge, UK & Malden, MA: Polity Press.
- Sihvonen, Lilli. 2014a. *Kulttuurituotteen suunniteltu vanhentaminen ja henkinherättäminen – Esi-merkkinä Disneyn Lumikki ja seitsemän kääpiötä*. Pro gradu -tutkielma. Pori: Turun yliopisto.
- Sihvonen, Lilli. 2014b. "Suunniteltu vanhentaminen tuotteiden ominaisuutena." *Tekniikan Waiheita*, 32(2): 46–54. Helsinki: Tekniikan Historian Seura THS ry.
- Sihvonen, Lilli. 2017b. "Lautapelistä juomapeliksi – pelillisen lisäarvon tuottaminen ei-pelillisin keinoin." Teoksessa *Tiedeareena 2017*, toimittanut Pauliina Tuomi: 54–55. Pori: Tampereen Teknillinen yliopisto.
- Sihvonen, Lilli. 2018b. "NAKS" ja Kimblestä tuli juomapeli." *Säikeitä – Porin yliopistokeskus 2018*: 16–19. Pori: Porin yliopistokeskus.
- Sivula, Anna. 2006. *Kysymyksiä ja voimaviivoja – Marc Blochin historiantutkimuksellisen tuotannon metodologinen perintö*. Väitöskirja. Turku: Turun yliopisto.
- Sivula, Anna. 2010. "Menetetyin järven jäällä. Historia osana paikallista kulttuuriperintöprosessia." Teoksessa *Medeiasta pronssisoturiin. Kuka tekee menneestä historiaa?*, toimittanut Pertti Grönholm & Anna Sivula: 21–39. Turku: Turun Historiallinen yhdistys ry.
- Sivula, Anna. 2013. "Puuvilletehtaasta muistin paikaksi. Teollisen kulttuuriperintöprosessin jäljillä." Teoksessa *Mitä on kulttuuriperintö?*, toimittanut Outi Tuomi-Nikula, Riina Haanpää & Aura Kivilaakso: 161–191. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Sivula, Anna. 2014. "Corporate History Culture and Useful Industrial Past. A Case Study on History Management in Finnish Cotton Company Porin Puuvilla Oy." *Folklore vol 57: Electronic Journal of Folklore*, toimittanut Anne Heimo, Ene Kõresaar & Pauliina Latvala: 29–54. <http://dx.doi.org/10.7592/FEJF2014.57.sivula>.
- Sivula, Anna. 2015. "Tilaushistoria identiteettityönä ja kulttuuriperintöprosessina – Paikallisen historiapolitiikan tarkastelua." *Kulttuuripolitiikan tutkimuksen vuosikirja 1*, toimittanut Miikka Pyykkönen: 56–69. Kulttuuripolitiikan tutkimuksen seura r.y.
- Slade, Giles. 2006. *Made to break: Technology and Obsolescence in America*. Cambridge & London: Harvard University Press.
- Sotamaa, Olli & Jaakko Stenros. 2019. "Through a Shot Glass, Darkly: The Study of Games in the Light of Drinking Games." *Games and Culture*, 14(1): 87–103. DOI: 10.1177/1555412016679772.
- Spinney, Justin, Kate Burningham, Geoff Cooper, Nicky Green & David Uzzell. 2012. "What I've found is that your related experiences tend to make you dissatisfied": Psychological obsolescence, consumer demand and the dynamics and environmental implications of de-stabilization in the laptop sector." *Journal of Consumer Culture*, 12(3): 347–370. DOI: 10.1177/1469540512456928.
- Spry, Tami. 2001. "Performing Autoethnography: An Embodied Methodological Praxis." *Qualitative Inquiry*, 7(6): 706–732. DOI: 10.1177/107780040100700605.
- Suominen, Jaakko. 2010a. "Triangulaatio digitaalisen kulttuurin lähestymistapana." *Koneen koke-mu(y)s & tietokoneen takapuoli* -blogi. <https://jaasuo.wordpress.com/2010/06/01/triangulaatio-digitaalisen-kulttuurin-lahestymistapana/>.
- Suominen, Jaakko. 2010b. "Triangulaatiomatriisi." *Koneen kokemu(y)s & tietokoneen takapuoli* -blogi. <https://jaasuo.wordpress.com/2010/08/30/triangulaatiomatriisi/>.
- Suominen, Jaakko. 2011. "Hurma, himo, häpeä ja hylkääminen – kaarrokseja tietokonesuhteissa." Teoksessa *Digirakkaus 2.0*, toimittanut Petri Saarikoski, Ulla Heinonen ja Riikka Turtiainen: 17–32. Pori: Turun yliopisto.

- Suominen, Jaakko. 2013. "Kieltäydyn määrittelemästä digitaalista kulttuuria – eli miten muuttuvalle tutkimuskohteelle ja tieteenalalle luodaan jatkuvuutta." *Widerscreen*, 2–3. <http://widerscreen.fi/numerot/2013-2-3/kieltaydyn-maarittelemasta-digitaalista-kulttuuria/>.
- Suominen, Jaakko. 2016. "Helposti ja halvalla? Nettikyselyt tutkimusaineiston kokoamisessa." Teoksessa *Kirjoittamalla kerrotut – Kansatieteelliset kyselyt tiedon lähteinä*, toimittanut Pirjo Korhakangas, Pia Olsson, Helena Ruotsala & Anna-Maria Åström: 103–152. Helsinki: Suomen kansatieteilijöiden yhdistys Ethnos ry.
- Suominen, Jaakko & Anna Sivula. 2016. "Participatory Historians in Digital Cultural Heritage Process: Monumentalization of the First Finnish Commercial Computer Game." *Refractory: a Journal of Entertainment Media*, 27(1). Melbourne: University of Melbourne.
- Suoranta, Juha. 2015. "Populaarikulttuurin tuotteiden analyysistä." Teoksessa *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2: Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*, toimittanut Raine Valli & Juhani Aaltola: 294–302. 4. uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Tiittula, Liisa & Johanna Ruusuvoori. 2005. "Johdanto." Teoksessa *Haastattelu – Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*, toimittanut Johanna Ruusuvoori & Liisa Tiittula: 9–21. Tampere: Vastapaino.
- Tilley, Christopher. 2006. "Introduction." Teoksessa *Handbook of Material Culture*, toimittanut Christopher Tilley, Webb Keane, Susanne Küchler, Michael Rowlands & Patricia Spyer: 7–11. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publications.
- Trammel, Aaron. 2019. "Analog Games and the Digital Economy." *Analog Game Studies* VI(I). <http://analoggamestudies.org/2019/03/analog-games-and-the-digital-economy/>.
- Tuomi, Jouni & Anneli Sarajarvi. 2009. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. 11. uudistettu laitos 2013. Helsinki: Tammi.
- Turkle, Sherry. 2007. "Introduction: The Things that Matter." Teoksessa *Evocative Objects – Things We Think With*, toimittanut Sherry Turkle: 3–10. Cambridge, MA & London: The MIT Press.
- Turtiainen, Riikka. 2012. *Nopeammin, laajemmalle, monipuolisemmin – Digitalisoituminen mediaurheilun seuraamisen muutoksessa*. Väitöskirja. Pori: Turun yliopisto.
- Uotinen, Johanna. 2010. "Aistimuksellisuus, autoetnografia ja ruumiillinen tietäminen." *Elore*, 17(1): 86–95. DOI: 10.30666/elore.78851.
- Vesterinen, Ilmari. 2001. "Esinepeli." Teoksessa *Pandoran Lipas – Virvatulia esineiden maailmasta*, toimittanut Ilmari Vesterinen & Bo Lönnqvist: 13–60. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Virolainen, Jutta. 2015. "Näkökulmia osallistumiseen, osallisuuteen ja osallistumattomuuteen taiteen ja kulttuurin kentällä." *Kulttuuripolitiikan tutkimuksen vuosikirja* 1, toimittanut Miikka Pyykkönen: 100–107. Kulttuuripolitiikan tutkimuksen seura r.y.
- de Voogt, Alex. 2019. "The Comoros: a confluence of board game histories." *Board Game Studies Journal*, 13(1): 1–13. DOI: 10.2478/bgs-2019-0001.
- Wallendorf, Melanie & Merrie Brucks. 1993. "Introspection in Consumer Research: Implementation and Implications." *Journal of Consumer Research*, 20(3): 339–359. <https://www.jstor.org/stable/2489352>.
- Wasko, Janet. 2001. *Understanding Disney – The Manufacture of Fantasy*. Cambridge: Polity Press.
- Wolf, Mark J. P. 2019. "Preface." Teoksessa *The Routledge Companion to Media Technology and Obsolescence*, toimittanut Mark J. P. Wolf: XIV–XVII. New York & London: Routledge.
- Woods, Stewart. 2012. *Eurogames – The Design, Culture and Play of Modern European Board Games*. Jefferson, NC & London: McFarland & Company.
- Östman, Sari. 2015. "Millasen päivityksen tästä sais?" – *Elämäjulkaisijuuden kulttuurinen omaksuminen*. Väitöskirja. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 119. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Liitteet

Liite 1. Esimerkki haastattelukysymyksistä / Markku Heljakan haastattelu, 1 sivu.

- Nimi ja asema yrityksessä
- Kerro yrityksestä, sen historiasta ja nykyhetkestä
- Kerro omin sanoin Kimblen historiasta (kuka keksi & suunnitteli, ajankohta, kuinka monta eri versiota siitä on julkaistu, monta kpl myyty?)
- Millaisia tarinoita Kimbleen liittyy? (tunnettuja, tuntemattomampia, kohokohtia?)
- Mihin Kimble on liitetty eri vuosikymmeninä?
- Omat henkilökohtaiset kokemukset Kimblestä (valmistus, pelaaminen)
- Kimblen suosio ulkomailla ja Suomessa - miten eroaa?
- Merkittävimmät muutokset valmistuksessa
- Kimblen retrot ja nostalgiset aspektit, käsityö
- Perinteisessä Kimblessä tapahtuneet muutokset
- Lisensoidut versiot - visuaaliset ja materiaaliset muutokset
- Ovatko versioinnit vaikuttaneet ihmisten mielikuviin Kimblestä ja jos, niin miten? Miten suhtautuminen Kimbleen on kehittynyt vuosien varrella? Miten se on otettu vastaan eri vuosikymmeninä?
- Negatiivinen palaute
- Onko Kimblen tuotannossa taukoja (lepovaiheita), vai onko se jatkuvasti myynnissä ja tuotannossa?
- Onko selviä henkiinherätyksiä?
- Kimble-kuluttajat, mitä tiedät heistä (esim. sääntömuunnelmat, keräily..)

Liite 2. Verkkokyselylomake, 7 sivua.



Turun yliopisto
University of Turku

Kimble-kysely / Kimble-undersökning / Kimble-survey

1. Valitse kieli / Välj språk / Choose language *

- Suomi
- Svenska
- English

Vastaajan perustiedot

2. Syntymävuosi *

1989 ▾

3. Sukupuoli *

- mies
- nainen
- muu
- en halua vastata

4. Olen... *

- koululainen
- lukiolainen
- opiskelija
- jatko-opiskelija
- työssäkäyvä
- yrittäjä
- työtön

- eläkeläinen
- en halua vastata

5. Asuinmaakunta *

Lautapelien pelaaminen

6. Kuinka usein pelaat lautapelejä? *

- erittäin harvoin
- harvoin
- toisinaan
- melko usein
- erittäin usein

7. Millaisia lautapelejä yleensä pelaat? Voit kuvailla lautapelityyppejä tai nimetä lautapelejä, ovatko ne yksin-, kaksin- vai seurapelejä? *

1497 merkkiä jäljellä

Kimble-yleistieto

8. Mitä tiedät Kimblestä? Kerro kaikki, mitä tiedät pelistä. Älä käytä apuna internetiä, vaan vastaa nykyisten tietojesi mukaan. *

2997 merkkiä jäljellä

9. Miten kuvailisit Kimbleä? Valitse kolme sanaa. *

- hauska
- helppo
- jännittävä
- kestävä
- klassikko
- perhepeli
- raadollinen
- raivostuttava
- sopii kaikille
- tylsä
- kiehtova
- viihdyttävä
- äänekäs
- muita sanoja, mitä?

10. Miksi nämä kolme sanaa kuvaavat mielestäsi parhaiten Kimbleä? *

1996 merkkiä jäljellä

Kimble: pelaaminen ja versiot

11. Pelatessasi lautapelejä, kuinka usein pelaat Kimbleä? Suhteuta vastauksesi kohdassa 6 antamaasi vastaukseen. *

- erittäin harvoin
- harvoin
- toisinaan
- melko usein
- erittäin usein

12. Kenen kanssa pelaat yleensä Kimbleä?

(5=erittäin usein, 4=melko usein, 3=silloin tällöin, 2=harvoin, 1=erittäin harvoin, 0=en koskaan.)

0 1 2 3 4 5 en osaa
sanoa

perheen (vanhemmat, puoliso, lapset, lapsenlapset, sisarukset) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
muut sukulaiset (tädit, sedät, enot, serkut, puolison vanhemmat jne) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ystävien *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
työkavereiden *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
harrastusporukan *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
muu, kenen kanssa?	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Missä pelaat yleensä Kimbleä?

(5=erittäin usein, 4=melko usein, 3=silloin tällöin, 2=harvoin, 1=erittäin harvoin, 0=en koskaan.)

	0	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
kotona *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
työpaikalla / koulussa *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
harrastuksissa *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mökillä *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kahviloissa / ravintoloissa *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
illanvietoissa *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
lautapelikerhoissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
muualla, missä?	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Milloin yleensä pelaat Kimbleä?

(5=erittäin usein, 4=melko usein, 3=silloin tällöin, 2=harvoin, 1=erittäin harvoin, 0=en koskaan.) *

	0	1	2	3	4	5	en osaa sanoa
arkena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
viikonloppuisin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
juhlapyhinä, milloin?	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Kuvaile vielä omin sanoin pelaamistasi. Voit pohtia, miksi pelaat Kimbleä tai millaista pelaamisesi yleensä on ja millaisia versioita yleensä pelaat. *

....

996 merkkiä jäljellä

16. Kuinka monta Kimbleä omistat? *

- 0
 1
 2
 3
 4
 5
 6
 7 tai enemmän

17. Mitä Kimble-versioita omistat tai tunnistat?

	omistan	tunnistan	en omista tai tunne
perus-Kimble (jos omistat, milloin olet ostanut?) *	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
retro-Kimble *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Angry Birds -Kimble *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Angry Birds Space Race -Kimble *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Beyblade-Kimble *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disneyn Autot-Kimble *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disneyn Lentsikat -Kimble	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disneyn Prinsessat -Kimble *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hello Kitty -Kimble *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
KalPa-Kimble *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muumi-Kimble *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nalle Puh -Kimble *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paavo Pesusieni -Kimble *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pikku-Oravat-Kimble *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planes-Kimble *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pori-Kimble *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reposaari-Kimble *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Skylanders-Kimble *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teini-ikäiset mutanttinijakilpikonnat -Kimble *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zombie-Kimble *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

muu, mikä?



18. Mikä on mielestäsi paras Kimble-versio? Miksi? *

975 merkkiä jäljellä

19. Keräätkö Kimbleä tai tiedätkö Kimble-kerääjiä? *

- kerään itse
- tiedän keräilijöitä
- kerään itse ja tiedän keräilijöitä
- en kerää tai tiedä keräilijöitä

20. Jos vastasit kerääväsi Kimble-versioita, kerro keräilystäsi. Miksi keräät Kimbleä? Jos taas vastasit tietäväsi keräilijöitä, kuvaile heidän kokoelmiaan. Jos vastasit, ettei kerää Kimbleä tai tunne keräilijöitä, siirry seuraavaan kysymykseen nro 21.

3000 merkkiä jäljellä

21. Käytätkö sinä tai käytetäänkö perheessäsä Kimbleä jollain muulla tavalla kuin lautapelinä? Miten? Jos toisenlaista käyttöä on ilmennyt joskus, kerro, millaista se on ollut. *

- käytän / käytetään, miten?
- en käytä / ei käytetä
- en osaa sanoa

22. Oletko koskaan heittänyt Kimbleäsi pois? *

- olen, miksi?
- en ole
- en osaa sanoa

Muistot Kimblestä

23. Kerro jostakin Kimbleen liittyvästä muistosta tai muistoista. Voit muistella esimerkiksi pelitilannetta, kenen kanssa pelasit ja missä, mikä versio oli silloin kyseessä ja millainen oli tilanteen tunnelma mielestäsi. Voit myös kirjoittaa sellaisesta muistosta, johon liittyy Kimble jollain muulla tavalla. *

2997 merkkiä jäljellä

24. Kerro vielä, miksi valitsit juuri tämän muiston / nämä muistot? *

996 merkkiä jäljellä

2. Födelseår *

3. Kön *

- man
- kvinna
- annan
- jag vill inte svara

4. Jag är... *

- skolelev
- gymnasist
- studerande
- forskarstuderande
- arbetare
- företagare
- arbetslös
- pensionär

Liite 3. Lista dokumentoiduista Kimble-versioista.

Tactic Games Oy:n Kimblet	
Nimi	Ilmestymisvuosi, jos tiedossa
1. alkuperäinen Kimble	1967
2. alkuperäinen Kimble	1972
3. alkuperäinen Kimble	1977
4. alkuperäinen Kimble	1982
5. alkuperäinen Kimble	1992
6. alkuperäinen Kimble	1997
7. alkuperäinen Kimble	2007
retroversio	2007
Nalle Puh Kimble	2000
Paavo Pesusieni Kimble	
Hello Kitty Kimble	
Zombie Kimble	
Angry Birds Space Kimble	
Angry Birds Kimble	
Muumi Kimble	
Dora Kimble	
Teenage Mutant Ninja Turtles Kimble	
Seesamitie Kimble	
Ludo Kimble	
Diego Kimble	
KalPa Kimble	
Autot 2 Kimble	
Pikku-orava Kimble	
Disneyn prinsessat Kimble	
Beyblade Kimble	
Planes Kimble	
Bin Weevils Kimble	
Pori Kimble	

ASK:n Kimblet	
3D Kimble	
15-vuotisjuhla-Kimble	
Heksa Kimble	
Modulaari Kimble	
Ihmiskimble	



**TURUN
YLIOPISTO**
UNIVERSITY
OF TURKU

ISBN 978-951-29-8862-4 (PRINT)
ISBN 978-951-29-8863-1 (PDF)
ISSN 0082-6987 (Print)
ISSN 2343-3191 (Online)