

KLASSIKOKSI RAKENNETTU — ERÄÄN LAUTAPELIN HISTORIA

Lilli Sihvonen

Turun yliopisto

Anna Sivula

Turun yliopisto

Tiivistelmä

Tarkastelemme tässä artikkelissa, miten erään lautapeliyrityksen sisäisen ja ulkoisen historian tuottaminen ja käyttö vahvistavat klassikkopelin symbolista arvoa. Esimerkitapauksena on Tactic Games Oy:n lautapeli Kimble. Hyödynnämme artikkelissa Paul Ricoeurin historiografista operointia koskevan teorian pohjalta kehitettyä historiografista analyysia. Aineistomme koostuu viidestä haastattelusta, joita olemme käsitelleet yrityksen sisäisinä suullisina historioina. Haastattelujen kautta tulee näkyväksi yrityksen edustajien aktiivinen ja moniulotteinen suhde yrityksen menneisyyteen ja tuotteisiin. Historiallinen merkitys tuotetaan dokumentoimalla, ymmärtämällä ja selittämällä menneisyyttä. Klassikkopelin symbolisen merkityksen rakentaminen on osa yrityksen tekemää identiteetti- ja imagotyötä. Peliyrityksen työntekijät ja muut toimijat muodostavat kulttuuriperintöyhteisön, joka vahvistaa ja rakentaa tuotteen merkityksiä.

Avainsanat: historiografinen analyysi, klassikko, symbolinen arvo, uudelleenjulkaiseminen

Johdanto

Pelikulttuurin jälkien suojelu ja säilyttäminen ovat viime aikoina olleet usein teemana digitaalisten pelien menneisyyteen kohdistuvissa tutkimuksissa (Ks. esim. Newman 2012) ja pelihistoriallisissa arkistointihankkeissa.¹ Suojelun ja säilyttämisen kohteiksi valitaan usein pelejä, mutta suojelun ja säilyttämisen motivointi vaatii tietoa myös niistä esineistä, tapahtumista ja asioista, joihin näiden pelien tarinat ovat kytkeytyneet. Tarkoitamme *historialla* tässä artikkelissa menneisyyttä koskevista tiedoista rakennettua menneisyyden tulkintaa.

Videopelihistorioitsija Raiford Guins on kuvannut *Game After* -teoksessaan peli- ja aineistokokoelmia, joista pelihistorioiden kirjoittamisessa käytettyä tietoa etsitään. Guins kirjoittaa niin "virallisista" kuin "epävirallisistakin" kulttuurisista instituutioista viitaten niil-

Abstract

In this article we interpret how a board game company's internal and external use of history confirms the symbolic value of the classic game. Our case study is Tactic Games Ltd's first board game Kimble. In this article we apply the historiographical analysis, which is developed on the basis of the concept of historiographical operations by Paul Ricoeur. Our research material is composed of five interviews, which we treat as oral histories. These interviews make visible the multi-dimensional relationship between the company staff and other company representatives to the company's symbolically significant products. Historical significance is produced by documenting, understanding and explaining the past. The company staff is involved in the construction of the historical meaning of a product. In a game enterprise, there is an active cultural heritage community.

Keywords: historiographical analysis, classic, symbolical value, re-releasing

lä museoiden lisäksi muiden tahojen kuten yliopistojen ja yksityisten keräämiin kokoelmiin. (Guins 2014.)

Toisaalta peleihin liittyvä tieto kulkee yleensä tekijöidensä mukana. Markku Reunanen ja kumppanit (2013) ovatkin ehdottaneet, että pelihistorian tutkijat kääntäisivät katseensa pelintekijöihin. Pelejä tuottavat yritykset eivät aina kirjaa ylös omaa menneisyyttään koskevaa tietoa, vaan kertomukset välitetään suullisesti. Suullisesti välitettyjen pelisuunnitteluhistorioiden tallettaminen palvelisi parhaiten sekä peliyhtiöitä että pelisuunnittelijoita ja pelihistorian tutkijoita ja kirjoittajia. Tässä artikkelissa tarkastelemme yhtä pelialan yritystä ja niitä tapoja, joilla tämän yrityksen sisällä kerrotaan tärkeänä pidetystä pelistä. Millaisia merkityksiä pelille rakennetaan ja miten niitä merkityksiä rakennetaan?

Hyödynnämme artikkelissa Paul Ricoeurin *historiografista operointia* koskevan teorian pohjalta kehitettyä *historiografista analyysia*. Ricoeur on jakanut menneisyyttä koskevaa

tietoa esittävät käytännöt historiografisen operoinnin vaiheiksi. Hän erottaa toisistaan menneisyyttä dokumentoivan, menneisyyttä ymmärtävän ja selittävän sekä menneisyyttä representoivan historiografisen vaiheen. (Ricoeur 2000, 169.) Historiografisella analyysillä rekonstruoidaan menneenkuvauksesta historiografisen operoinnin jälkiä. (Sivula 2006, 38–40 ja 44–49.) Jaetut tarinat (Kalela 2012) ovat yhteisöllisen identiteetin rakentamisen välineitä. Niiden avulla yhteisöt jäsentävät suhdettaan menneisyyteen.

Historiografinen analyysi sopii sekä suullisten että kirjallisesti esitettyjen historioiden analyysiin. Tässä artikkelissa kohteena olevat tarinat on esitetty suullisesti. Artikkelin onkin teoreettis-metodologinen pilotointi siitä, miten historiografinen analyysi soveltuu suullisten historioiden analysointiin.

Outi Fingerroos painottaa, että muistitieto on erityistä tietoa. (Fingerroos 2010, 75.) Suomalaiset muistitietotutkijat ovat ansiokkaasti tarkastelleet erilaisia suullisten historioiden muotoja ja välittämisen käytänteitä ja analysoineet muistitietotutkimuksen traditiota sekä muistitiedon tuottamista. (Fingerroos & Haanpää 2006, 25, 28–29; Fingerroos 2010, 61–66.) Emme tässä artikkelissa keskity muistitiedon erityiseen epistemologiaan vaan tarkastelemme kerrottuja historioita menneisyyden representaatioina.

Yhteisön muisti koostuu kollektiivisesti jaetuista menneisyyden representaatioista ja näitä representaatioita muokkaavista metahistoriallisista malleista, säännöistä, ohjausmekanismeista ja periaatteista. Sosiaalipsykologi James Wertschin mukaan yhteisöt ymmärtävät, selittävät, tulkitsevat ja representoivat menneisyyttään *skemaattisten narratiivisten mallineiden* (schematic narrative templates) avulla. Malline ehdottaa esitettävälle historialle muotoa ja jäsentelyä. Se toimii kuin esittämistä, ymmärtämistä ja selittämistä ohjaava sapluuna. (Wertsch, 2008, 133, 140, 144–146.) Wertsch on erityisen kiinnostunut muistelevien yhteisöjen (mnemonic communities, Wertsch 2008, 144) konflikteista. Tässä artikkelissa tarkastelemme mnemonisten yhteisöjen välisen konfliktin sijaan yhden yrityksen muodostaman yhteisön sisäistä, rauhanomaista historioivaa neuvottelua.

Dokumentaarisella historiografisen operoinnin tasolla varsin vaihtelevasti historian todisteisiin kiinnitettyjä, juonellisia tarinoita käytetään joko yrityksen ulkoiseen kommunikaatioon, kuten tuotteisiin, mainontaan tai ulkoisten sidosryhmien vakuuttamiseen, tai sisäiseen kommunikaatioon, esimerkiksi yrityksen sisäisen muutosjohtamisen tueksi tai sitouttamaan työntekijöitä yrityksen tavoitteisiin. (Sivula 2014, 44.)

Yritykset käyttävät historiaansa sekä imagonsa että identiteettinsä työstämiseen. Imago tarkoittaa ulkopuolisille suunnattua yrityskuvaa ja identiteetti puolestaan on yrityksen sisäisen itseymmärryksen muoto. Yrityksen imagoa työstetään esimerkiksi mainosin,

identiteettiä taas esimerkiksi yrityksen johdon ja henkilöstön välisissä kehityskeskusteluissa. Sekä identiteetin että imagon työstämiseen voi käyttää yhtä lailla tutkimukseen perustuvaa kuin kansanomaistakin historiaa. (Sivula 2014, 44.)

Historioita käytetään usein tuotteen *uudelleenjulkaisemisen* perusteluna. Uudelleenjulkaisu tarkoittaa, että tuote reproduoidaan joko sellaisenaan tai hieman muutettuna. Yleensä kyse on tuotteen päivittämisestä ajankohtaan sopivaksi. (ks. Sihvonen 2014.) Uudelleenjulkaisun kohteeksi päätyvät usein tuotteet, joissa on *klassikkopelin* potentiaalia. Klassikkopelillä on tietty kulttuurinen asema ja arvo (ks. esim. Swalwell 2016, 45–48). Selkeä ja kiistan esimerkki klassikkopelistä on shakki. Uudelleenjulkaistu tuote on klassikko ainoastaan, mikäli sillä voidaan esittää olevan joitakin aikaa kestäneitä ominaisuuksia. Aikaa kestävien ominaisuuksien olemassaolo perustellaan *historioimalla* tuote, eli kiinnittämällä se johonkin menneenkuvaukseen. Klassikkotuotteen lanseeraaminen on hyvä esimerkki *yrityksen oman historian ulkoisesta käytöstä*.

Lautapeli ja tutkimusaineisto

Tutkimuksemme esimerkkituotteena on Tactic Games Oy:n (aiemmin Nelostuote Oy) ensimmäinen lautapeli *Kimble*, joka ilmestyi vuonna 1967. *Kimble* perustuu amerikkalaiseen Trouble-peliin, jonka Aarne Heljakka perheineen sai Amerikan sukulaisiltaan. Aarne Heljakka ryhtyi tutkimaan peliä tarkemmin ja päätti alkaa valmistamaan sitä itse *Kimble*-nimellä.² Heljakka perusti Nelostuote Ky:n, joka muuttui myöhemmin osakeyhtiöksi. Yhtiön ensimmäinen tuotantolaitos perustettiin Noormarkkuun ja vähitellen tuotanto laajeni muihin lautapeleihin ja painotuotteisiin. 1990-luvun alussa yhtiö siirsi tuotantolaitoksensa Porin Karjarantaan, ja 2000-luvun alussa *Kimblestä* alkoi ilmestyä lisensoituja versioita kuten *Nalle Puh* -, *Hello Kitty* - ja *Angry Birds -Kimblet*. Vuonna 2014 yhtiö vaihtoi nimensä Tactic Games Oy:ksi. Tässä tutkimuksessa tarkastelemme *Kimbleä* vuodesta 1967 vuoteen 2015.

Tutkimusaineistomme muodostuu viidestä asiantuntijahaastattelusta, jotka Lilli Sihvonen teki keväällä ja syksyllä 2015. Asiantuntijahaastatteluissa haastateltavalla on yleensä kaksoisrooli niin käsiteltävän ilmiön asiantuntijana kuin tutkimuskohteena. Haastateltavalla oletetaan olevan jotakin erityistä tietoa, minkä vuoksi häntä haastatellaan. Asiantuntijahaastattelujen valinta voi olla hyvinkin rajattua, jos haastateltavat eivät ole helposti korvattavissa. (Alastalo & Åkerman 2010.) Tutkimuksemme tapauksessa haastateltaviksi valikoituikin henkilöitä, joilla oli omakohtaista kokemusta *Kimblen* parissa työskentelystä ja pelin eri vaiheista. Sihvonen haastatteli perheyhtiö Tactic Games Oy:n toimitusjohtaja Markku Heljakkaa, pelisuunnittelija ja lulutkija Katriina Heljakkaa,³ myyn-

tipäällikkö Kalevi Heljakkaa, graafista suunnittelijaa Jussi Walleniusta sekä yhtiöstä keväällä 2015 eläkkeelle jäänyttä tuotantosuunnittelun päällikköä Hannu Tuomolaa. Kolme ensimmäistä ovat suoraan alenevissa polvissa yhtiön perustajan Aarne Heljakan jälkeläisiä. Jussi Wallenius päätyi yhtiön palvelukseen ensin kesätyöntekijäksi vuonna 1975, myöhemmin vakituiseen työhön graafiseksi suunnittelijaksi. Hannu Tuomola puolestaan aloitti työskentelyn yhtiössä vuonna 1985.

Asiantuntijahaastattelut ovat yleisiä etenkin taustatiedon keräämisessä ja ilmiökentän faktuaalisessa kuvauksessa. Taustatiedon kerääminen ei yleensä johda analyysiongelmiin, mutta systemaattinen ote on tarpeen muissa kuin taustatyötarkoituksessa tehdyissä haastatteluissa. Yleensä asiantuntijahaastattelujen tehtävänä on houkutella esiin faktoja. Faktojen selvittämiseksi aineistoja on yhdisteltävä ja luettava ristiin. (Alastalo & Åkerman 2010, 375–377, 387, 389.) Tässä tutkimuksessa haastattelut toimivat nimenomaan rajatun ilmiökentän tiedonlähteenä, mutta tutkimuksen eri vaiheissa niillä on ollut roolinsa myös taustatietona. Haastattelut edustavat valmistajan näkökulmaa omasta tuotteestaan. Ne on tuotettu vuorovaikutuksessa haastateltavien kanssa, ja suhtaudumme niihin tiedostaen mahdolliset virheet, väärinmuistamiset ja kaunistelut. Tavoitteena ei ole sinänsä todentaa, mikä *Kimblen* tarinassa on totta, vaan tarkastella sen rakentumista ja hyödyntämistä nykyhetkessä ja pelin uudelleenjulkaisujen yhteydessä. Haastatteluaineistot eivät kuitenkaan ole keskenään ristiriidassa, mikä viittaa ainakin yhtiön sisällä hyväksytyihin yhteisiin faktoihin.

Sihvonen toteutti haastattelut puolistrukturoituina teemahaastatteluina,⁴ joissa oli tarkoituksena esittää haastateltaville kysymyksiä samoista teemoista ja siten saavuttaa laaja, eri näkökulmista muodostettu käsitys *Kimblestä*. Haastattelut käsittelevät pääsääntöisesti *Kimblen* ja yhtiön menneisyyttä, nykypäivää, pelin eri versioita sekä pelissä tapahtuneita muutoksia. Haastateltavien oma ammatti-identiteetti ja asema yhtiössä vaikuttivat kuitenkin haastattelujen painopisteisiin. Esimerkiksi Katriina Heljakka tarkasteli *Kimbleä* toisaalta pelisuunnittelijan näkökulmasta mutta myös teoreettisemmin kuin muut haastateltavat, mihin lienee vaikuttanut hänen uransa tutkijana. Hannu Tuomolan haastattelu puolestaan painottui *Kimblen* materiaalliseen puoleen. Kaikki haastateltavat eivät myöskään lähteneet rakentamaan uudestaan *Kimblen* alkuvaiheiden tarinaa. Osa haastateltavista nosti esiin muita, vähemmän tunnettuja seikkoja *Kimblestä*. He myös siirtyivät itsenäisesti kertomaan aiheista, joista Sihvonen oli aikonut kysyä. Tämä johtui pääosin siitä, että he olivat saaneet pohtia kysymyksiä etukäteen. Haastattelujen kestot vaihtelevat 20 minuutista yli tuntiin. Kalevi Heljakan haastattelu poikkesi muista haastatteluista rakenteeltaan eniten, mikä johtui siitä, että haastattelu syntyi spontaanisti eikä Sihvonen ollut varautunut siihen etukäteen. Haastattelut etenivät keskustelunomaisesti, ja toisi-

naan Sihvonen esitti myös joitakin olettamuksiaan *Kimblestä*, joista haastateltavat kertoivat oman näkökulmansa.

Sihvonen haastatteli Markku ja Kalevi Heljakkaa sekä Jussi Walleniusta yhtiön tiloissa, Katriina Heljakkaa ja Hannu Tuomolaa taas porilaisessa kahvilassa. Haastattelupaikat vaikuttavat haastattelujen sisältöön monella tavalla. Esimerkiksi yhtiön tiloissa tutkija on itse vieraalla kentällä, mikä saattaa häiritä lisäkysymysten tai kyseenalaistusten esittämistä. Toisaalta taas julkiset tilat ovat neutraaleja, mutta voivat vaikuttaa siihen, mitä haastateltava voi kertoa edelleen myynnissä olevasta tuotteesta ja yrityksestä paljastamatta liiketoimintasalaisuuksia. Samalla tutkijan rooli eettisten valintojen tekijänä korostuu. Tutkijan on pohdittava tarkkaan, mitkä seikat voivat vahingoittaa yritystä, sen työntekijöitä ja tuotteita ja minkä seikkojen poisjättäminen viittaa siihen, että tutkija ottaa esitetyt asiat annettuina kyseenalaistamatta niitä. Yhtiön liiketoimintasalaisuuksien paljastamisen välttämiseksi haastateltavat saivat mahdollisuuden kommentoida artikkelikäsikirjoitusta, mikä voi osoittautua ongelmalliseksi, jos haastateltava pyrkii estämään joidenkin tekstin osien julkaisun. Tämän artikkelin kohdalla vastaavia ongelmia ei ilmennyt lukuun ottamatta kahden haastateltavan pyyntöä siistiä haastattelusitaatteja.⁵ Analyysiin liittyvät ongelmat on ratkaistu jo edellä mainitulla tavalla eli lukemalla aineistoja ristiin ja vertailemalla niitä.

Kimblen historian alkuvaiheiden pääjuoni rakentuu yhtiön perustaneen Heljakan suvun muutaman jäsenen kertomista omakohtaisista kokemuksista. Myöhempien vaiheiden esityksissä eli *representaatioissa* haastateltavat painottavat 2000-luvulla järjestettyjä *Kimble*-tapahtumia. Kertomuksen juoneen ilmaantuu uusia käänteitä myös lisensoitujen versioiden ja retro-*Kimblen* myötä. Yhtiön työntekijöiden kertomat omakohtaiset kokemukset *Kimblen* tuottamisesta ja valmistuksesta linkittyvät työntekijöiden hyvin tuntemaan yrityksen historian pääjuoneen, jonka käänteet on ammennettu sekä yrityksen sisällä että sen ulkopuolella tuotetuista historioista. Työntekijöiden henkilökohtaiset tarinat tukevat pääjuonta, vaikka pääsevätkin vain harvoin julkisuuteen. Marginaaliin jäivät tarinat pääsevät tässä haastatteluaineistossa esiin, kun haastateltavat kuvaavat henkilökohtaista suhdettaan *Kimbleen*.

Faktoilla ja nostalgialla historioidut alkuvaiheet

Kimblestä kertovissa historioissa on haastatteluaineiston perusteella erotettavissa kolme eri tavoin historioitua jaksoa: *alkuvaiheet* (1967–1969), *suvantovaihe* (1970–1999) ja *juonentumisvaihe* (2000–2015). Alkuvaiheet ajoittuvat tässä artikkelissa vuosien 1967–1969 välille. Ajankohtaa muistelevat etenkin toimitusjohtaja Markku Heljakka ja

myyntipääällikkö Kalevi Heljakka, jotka ovat olleet tekemisissä *Kimblen* kanssa alusta alkaen. *Kimblen* alkuvaiheiden tapahtumat ovat muovautuneet yhtiön historian juonen tärkeimmiksi käänteiksi. Niistä muodostuu yrityksen edustajien haastatteluissa suullisesti välitetty kertomus, jonka pääkertojana on yhtiön toimitusjohtaja Markku Heljakka. Heljakan asema perustuu sekä omakohtaiseen kokemukseen että rooliin johtajana ja suvun päämiehenä. Hän tuntee useita *Kimblen* esikuvaan Trouble-peliin liittyviä tarinoita, mutta vain omaa yhtiötä koskevan tarinan hän vakuuttaa paikkansapitäväksi. Hän on omien sanojensa mukaan ollut ”ensimmäinen Suomessa, joka on todistetusti pelannut *Kimbleä*, ennen kuin edes oli *Kimbleä*”. Hän pääsi lapsuudessaan pelaamaan *Kimblen* esikuvaa Trouble-peliä:

Markku Heljakka: Kesällä vuonna -67 meidän sukulaiset Amerikasta tulivat Suomeen ja heidän oli tarkoitus tuoda peli nimeltä Trouble jollekin Suomessa olevalle sukulaiselle, jolla on paljon lapsia. Tämä Trouble-peli oli Amerikassa päässyt jonkinlaiseen suosioon. Ainakin he olivat siitä pitäneet, koska tällaisen lahjan olivat tuoneet Suomeen. Se oli menossa minun sukulaisilleni, joiden perheessä oli kuusi lasta. Meidän perheessä oli viisi lasta, ja minä olin lapsista nuorin silloin vuonna -67. Olin pikkupoika ja satuin olemaan heinäkuussa, kuten yleensäkin joka kesä, Kauhajoella isovanhempieni luona, jonne nämä Amerikan sukulaiset sitten tulivat ensimmäiseksi käymään. Siellä sitten kesällä aina silloin tällöin pikkupoikana kysyi, mitähän tekisi, ja he huomasivat, että minulla ja serkullani Mikolla oli hiljaista sillä hetkellä tai jotain. En muista, mikä oli se syy. He ehdottivat, haluatteko pelata tätä peliä, ja kertoivat, miten sitä peliä pelataan, ja me alettiin Mikon kanssa sitä pelaamaan ja pelattiin ja pelattiin. Ja siinä sitten muutaman pelin jälkeen opittiin se peli, ja se tuntui kivalta. Sitten asia jäi siihen. He lähtivät jatkamaan Suomen kierrosta, ja seuraava kohde oli Pori. He tulivat Poriin vanhempieni luo isovanhempieni luota. Ja juuri sattumalta oli kesä mennyt niin, että minä tulin Poriin kotiin välillä. He laskivat yksi ynnä yksi, näyttivät, että täällä on taas tällainen peli ja antoivat sen pelattavaksi siksi aikaa, että minä voin veljeni kanssa pelata, ennen kuin se menee kierroksen eteenpäin. Mutta minä tietenkin ylpeänä esittelin sitä peliä ja miten sitä pelataan, niin isäni sattui sitten olemaan ja on ollutkin muovifirmassa myyntipääällikkönä. Ja hän näki sen pelin ja tietenkin hän supliikkimiehenä kaappasi sen pelin meidän perheeseen. Sen koommin, kun sukulaiset lähtivät sitten jatkamaan, niin sitä peliä ei juurikaan näkynyt. Isä vei sen sitten mukanaan ja alkoi tutkimaan sitä peliä. Eri vaiheiden jälkeen teetti siitä muovimuotit ja siitä tehtiin asianmukaiset sopimukset amerikkalaisen valmistajan kanssa lisenssivalmistuksesta ja sille pelille annettiin nimi Kimble, joka siihen aikaan oli nimi, joka oli Suomessa kohtuullisen tunnettu.

Markku Heljakka juonentaa aktiivisesti *Kimblen* tarinaa omalla kerronnallaan. Hän esittelee *Kimblen* vaiheet. Hänen pääkertojuutensa vahvistuu muiden haastateltavien puheessa esimerkiksi siten, että haastateltavat ohjaavat Sihvosen esittämään joitakin kysymyksiä toimitusjohtajalle. Osa heistä myös huomauttaa olevansa jollain tavalla ”huonoja” kertomaan pelistä tai sen pitkäaikaisesta historiasta. Kaikki haastateltavat eivät lähteneetkään rakentamaan uudelleen *Kimblen* alkuvaiheiden tarinaa. Muut työntekijät kuitenkin tuntevat tarinan hyvin, vaikka sen tapahtumat eivät kuulukaan heidän omaan kokemuspiiriinsä. Markku Heljakan tytär pelisuunnittelija Katriina Heljakka kuvailee tapahtumia lyhyesti toisen käden tietona:

Katriina Heljakka: Minun isoisäni perhe, jossa isäni oli nuorin poika, ja on edelleen, vastaanotti tarun mukaan Amerikan serkuilta pelin nimeltä Trouble, jota he pelasivat sitten niin paljon, että isoisä yritteliäänä miehenä ymmärsi, että tässä on kaupalliset mahdollisuudet lisensoida tämä peli myös Suomeen ja aloittaa valmistus itse. Hän oli aikoinaan muovibisneksessä, ja siitä varmaan tuli se kimmoke siihen, että hän näki ne muovisen lautapelin mahdollisuudet, sellaiset valmistustekniset seikat. Sitten toisaalta hän oli myyntimies sielultaan, niin näki, että tällä voisi olla potentiaalia, koska siihen aikaan Suomessa, Pohjoismaissa muutenkaan, ei ollut kovastikaan lautapeli-tarjontaa. Lisenssioikeudet hankittiin USA:sta ja valmistus alkoi sitten vielä saman vuoden aikana ja yritys perustettiin marraskuun lopulla -67. Ja valmistus alkoi autotallissa.

Myyntipääällikkö Kalevi Heljakka nostaa veljensä Markku Heljakan tavoin haastattelussa esiin omakohtaiseen kokemukseen perustuvia yksityiskohtia, joskin hänen muistonsa keskittyvät pitkälti valmistusmenetelmiin ja *Kimblen* perusversioihin tehtyihin muutoksiin. Heljakka ei rakenna tarinanomaista kuvausta alkuvaiheista, vaikka viittaakin vaiheisiin usein. Näiden kolmen kertojan versiot yhtiön alkuvaiheista ovat yhteneväisiä. Ne eivät ole keskenään ristiriidassa, mutta kuvauksen tiheys vaihtelee yksityiskohtaisesta laavaan. Graafinen suunnittelija Jussi Wallenius ja tuotantosuunnittelun päällikkö Hannu Tuomola puolestaan nostavat esiin vain yksittäisiä tarinoita *Kimblen* pääjuonest. He viittaavat kuitenkin tuntevansa pääjuonen hyvin kertomalla nämä tarinat. Jaetun historian juoni on alkuvaiheiden osalta niin vakiintunut, että voidaan puhua vallitsevasta tulkinnasta. Graafisen suunnittelijan Jussi Walleniuksen ja tuotantosuunnittelun päällikön Hannu Tuomolan yksittäiset tarinat liittyvät yhtiön perustajaan Aarne Heljakkaan. Jussi Wallenius esimerkiksi muovasi *Kimblen* tarinaa sankaritarinan⁶ suuntaan korostamalla Aarne Heljakan myyntityötä:

Jussi Wallenius: Markun isän konstit esimerkiksi tehdä myyntityötä, kun tähän oli

tuntematon tuote, ja hän meni myymään autosta käsin niin kuin 67-vuonna vielä kaikki tapahtui näin kuin kädestä käteen. No, eihän kukaan ollut kuullutkaan moisesta pelistä. Niin hän teki tällaisen pikkutrickin sitten, että pisti kaikki sukulaiset seuraavaksi menemään kauppaan ostamaan sitä. No, eihän siellä ollut. Sitten alkoi syntyä kysyntää, kun kaikki kysyivät joka puolella ympäri Suomea, että: "Mistä tällaisen Kimble-pelin saa." Niin sitten tietysti juuri oli kaveri käynyt ja he eivät ostaneet.

Myös tuotantosuunnittelun päällikkö Hannu Tuomola kertoo samasta tarinasta hieman erilaisen version. Hän kertoo Aarne Heljakan ensin yrittäneen myydä *Kimbleä* itse liikkeisiin aikana, jolloin suoraan liikkeisiin myyminen oli vielä mahdollista. Myöhemmin Aarne Heljakka palkkasi myyntimiehen, jonka tehtävänä oli käydä sovitun paikkakunnan liikkeet läpi. Muutamaa päivää ennen Heljakka kävi itse asiakkaan roolissa sovitussa liikkeissä tiedustelemassa, onko niissä saatavilla *Kimble*-nimistä lautapeliä. Myyjät eivät tietäneet koko pelistä, minkä johdosta Heljakka totesi tiedustelewansa asiaa seuraavassa liikkeessä. Näin Heljakka kiersi sovitut paikat, ja parin päivän päästä myyntimies astui liikkeeseen kauppaamaan *Kimbleä*. Myyntimies onnistui myymään muutaman version heti. Tuomola täsmentää, että hän kuvailee tarinan perusidea. Tarinasta voi siis olla muitakin versioita eikä ole olennaista, kumpi esitetyistä versioista on totta. Tarinoiden tehtävänä onkin viihdyttää ja luoda kuulijalle käsitys *Kimblen* lähtökohdista ja yhtiön perustajasta Aarne Heljakasta.

Ovatko nämä kertomukset nostalgisia? Nostalgia on muisteluprosessi, jossa kokija vertaa nykyisyytensä menneisyyteen. (Sallinen 2004, 88.) Yksinkertainen nostalgia on menneisyyden sentimentaalista idealisointia, refleктоiva nostalgia puolestaan edellyttää, että kokija on myös tietoinen menneisyyden ja nykyisyyden erosta, ja ottaa kriittisesti etäisyyttä sentimentaaliseen tunnetilaansa (Korkiakangas 1999, 172, 329). Media- ja elokuvatuottaja Anu Koivunen korostaa nostalgian liittyvän kriiseihin ja murroksiin (Koivunen 2001, 324–325, 334, 344.) Sekä Walleniuksen että Tuomolan vastaukseen sisältyy ihailua ja nostalgiaa ei pelkästään Aarne Heljakan myyntitaitoja kohtaan vaan myös tarinan kontekstiin eli 1960- ja 1970-lukujen taitteeseen ja myyntityön helppouteen. Heidän mukaansa liike-elämä on muuttunut ja myyntityöstä on tullut vaikeampaa kuin ennen. Samankaltaiset tarinat eivät ole enää mahdollisia.

Nostalgiaan liittyy haastateltavien puheessa myös yksityisiä piirteitä. Sosiologi Fred Davis jakaa nostalgian kollektiiviseen ja yksityiseen. Tiettyä aikakautta muistelewan sukupolven edustajien jakama ja yhteinen kaihomielinen edustaa kollektiivista nostalgiaa. Henkilökohtainen nostalgia puolestaan saa voimansa henkilökohtaisista muistoista ja yksilön kokemuksista. Kollektiivisen ja yksityisen nostalgian raja on häilyvä; mediahahmo voi aiheuttaa sekä yksilöllisiä että kollektiivisia nostalgisia tunteita. (Davis 1979, 122–123.)

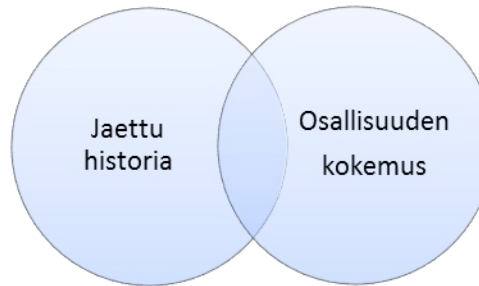
Jussi Wallenius toteaa haastattelun lopussa, että *Kimble* on hänelle henkilökohtaisesti "tuulahdus 70-luvusta" ja siten yksityistä nostalgiaa. Walleniuksen tapauksessa *Kimble* toimii väljänä 1970-luvun kokemuksiin. Hannu Tuomolalle *Kimble* on ollut tärkeä elannon takaava tuote, ja tätä kautta hän myös kunnioittaa Aarne Heljakkaa ja tämän yrittäjyyttä. Kysymys siitä, onko haastateltavien tähän peliin liittämällä yksityisellä nostalgialla kollektiivinen vastine, jää avoimeksi.

Siinä missä Jussi Wallenius ja Hannu Tuomola sävyttävät yhtiön ja pelin alkuvaiheita juontavaa kerrontaansa nostalgialla, Markku ja Kalevi Heljakka pyrkivät rakentamaan tarinansa faktoista. Tällaista kertomisen tapaa voi nimittää historioivaksi, sillä, kuten Paul Ricoeur on todennut, historiointi tarkoittaa sitä, että menneisyyden tapahtumat esitetään faktoina. (Ricoeur 2000, 739.) Markku ja Kalevi Heljakka kertovat tarinansa muistoina todella tapahtuneista asioista. He vahvistavat historioivaa otettaan sanavalinnoilla "näin tuo meni" ja yksityiskohtaisilla aistimusmuistoilla. Esimerkiksi Kalevi Heljakka muistaa *Kimblen* pelilaudassa käytetyn liiman olleen pahanhajuista. Hän on myös ollut mukana valmistamassa ensimmäisiä *Kimble*-versioita:

Kalevi Heljakka: Minä maalasinkin kaikki Kimblen nappulat, ne olivat puuta. Eli niitä päätettiin sirkkelillä puukepeistä.

Kimble voi heillekin toimia menneisyyteen kohdistuvan kaipuun välikappaleena, mutta se ei välity kerronnasta. He pikemminkin rakentavat menneisyyden representaatiota, jolla tuotetaan sekä pelille että sen tuottaneelle yhteisölle faktapohjaista historiallista merkitystä. *Kimblen* tarina selittää yhtiön menestystä ja tekee yhtiön nykyistä toimintaa ymmärrettäväksi.

Kimble on paitsi yrityksen menneisyyttä ymmärtävän ja selittävän historiografisen operoinnin työkalu, myös yrityksen sisäistä kulttuuriperintöä. Kulttuuriperintö tarkoittaa sellaista menneisyyden aineetonta tai aineellista jälkeä, jota jokin yhteisö pitää niin tärkeänä, että on päättänyt suojella ja säilyttää sen oman menneisyytensä symbolina (Bohman 2003). Yhtiön sisällä suullisesti välitetyssä historiassa tästä jäljestä on rakennettu yrityksen menestystarinaa vahvistava todiste (Sivula 2010, 34). Tällaista aineellisten tai aineettomien menneisyyden jälkien symbolimerkityksen vahvistamista kutsutaan kulttuuriperintöprosessiksi. Kulttuuriperintöään vaaliva yhteisö, tässä tapauksessa yritys, vahvistaa menneisyytensä todisteen symbolimerkitystä kehyskertomuksena käyttämällä jaetulla historialla. Kyse on siis mnemonisesta yhteisöstä, joka tuottaa merkitystä aineettomalle tai aineelliselle kulttuuriperinnölleen. Kehyskertomus on yrityksen omistajien ja työntekijöiden muodostaman kulttuuriperintöyhteisön imago- ja identiteettityön väline. Sitä jaetaan aktiivisesti yrityksen sisällä. (Sivula 2015.)



Kuvio 1. Historioiva identiteettityö vahvistaa toimijan käsitystä itsestään kulttuuriperintöyhteisön jäsenenä ja sen menneisyyden, nykyisyyden ja tulevaisuuden jatkumolla. Jaettu historia on yleensä esitetty juonellisen kertomuksen muodossa. Osallisuuskokemuksen tuottaa se, että kertojat esiintyvät jakamansa historian toimijoina, tai heillä on vähintään rooli kehyskertomuksen henkilönä. (Sivula 2015, 66.)

Haastatteluista välittyy, että haastateltavat kokevat olevansa osallisia sekä yrityksestä että sen tuotteista. He rakentavat ja jakavat yrityksen historiaa. Menneisyydelle tapahtumien juonellinen järjestys on jokseenkin vakiintunut. *Historioiva identiteettityö* on yksi kulttuuriperintöprosessia ylläpitävän identiteettityön muodoista. Muita kulttuuriperintöprosessia ylläpitäviä identiteettityön muotoja ovat monumentalisoiva ja omaksuva identiteettityö. (Sivula 2015, 64–67.)

***Kimblen* tarinan suvantovaiheen täyttää sujuva arki, mutta se ei historioidu**

Alkuvaiheiden ja juonentumisvaiheen väliin jää haastateltujen kertomassa tarinassa suvantovaihe, joka alkaa 1970-luvulta, ja jatkuu 1990-luvun loppuun. Haastateltavat sijoittavat suvantovaiheelle joitakin henkilökohtaisia kokemuksia, mutta muutoin jaetun historian juoni häviää näkyvistä. Jaettu historia hajoaa henkilökohtaisten muistojen kannatteleiksi episodeiksi.

1970–1990-lukuja käsittelevän juonen tapahtumat muodostuvat pääosin kertojien yksittäisistä muistoista, jotka tukevat ja vahvistavat pääjuonta. Henkilökohtaisten kokemusten korostaminen vahvistaa kertojan osallisuutta. Kyse on omaksuvasta identiteettityöstä (Sivula 2015, 64–67). Muistot ovat pääosin tuotannollisiin tai muihin yksityiskohtiin liittyviä henkilökohtaisia kokemuksia. Esimerkiksi pelisuunnittelija Katriina Heljakka on ollut lapsena valmistamassa *Kimbleä* 1980-luvun alussa:

Katriina Heljakka: Minun urani yrityksessä alkoi 6-vuotiaana. Silloin sain ensimmäisen palkkashekkini. (-) Ja valmistus alkoi autotallissa. Olen siellä itsekin samaisessa autotallissa *Kimbleä* valmistanut, joskin näiden laatikoiden taitteluiden pohjalta. Silloin ne tehtiin käsin.

Graafinen suunnittelija Jussi Wallenius puolestaan kertoo vuonna 1977 päivitetystä *Kimblen* perusversion pakkauksen kansikuvasta seuraavaa:

Jussi Wallenius: Kun minä kysyn, mikä siinä on erikoista, niin siinä on yksi nappula väärinpäin siinä kansikuvassa. Se on ontto, niin sen näkee heti. Valokuvaaja-taiteilija, graafinen suunnittelija aikoinaan täällä, Rosenlewilla töissä, Vesa Antikainen otti sen kuvan ja Vesalla varmaan oli vähän huono päivä silloin. Yksi nappula meni väärinpäin. Ei ole estänyt myyntiä.

Kimble täytti 1990-luvulla 25 ja 30 vuotta. Nämä merkkipaalu yhtiö huomioi päivittämällä pelin pakkausta ja lisäämällä pakkauksiin lyhyen historiikin. Merkkivuosien päivitetty pakkaukset eivät kiinnity osaksi juonta, sillä asiantuntijat eivät kertoneet niitä tapahtumiksi. Ne olivat osa sujuvaa, helposti myytävän ja päivityksiä kaipaamattoman tuotteen arkea. Jaetun historian juoni häviää, koska sujuva arki ei tarjoa muistettavan juonen käänteiksi soveltuvia erottuvia tapahtumia. Juonen käänteiksi tarvitaan tärkeiksi ja erityisiksi rakennettuja tapahtumia.

Suvantojaksolle löytyy selitys myös yrityksen edustajilta: Hannu Tuomola piti vaikeana Sihvosen esittämää kysymystä siitä, tapahtuiko *Kimblen* kanssa ikinä mitään erikoista ja mieleenpainuvaa. Hänen mukaansa peli oli tuotannollisesti – mutta ei myynnillisesti –



Kuva 1. Kuvassa vuonna 1977 päivitetty Kimblen perusversio, jonka kannessa yksi sininen pelinappula on väärinpäin. Kannen kuvan on ottanut Jussi Walleniuksen mukaan Vesa Antikainen. Kuva: Sihvonen 2015.

ikään kuin sivuroolissa eikä siihen tarvinnut juuri kiinnittää huomiota. Pelin tuottaminen oli yksinkertaista ja helppoa, eikä se vaatinut paljon miettimistä.

Kimblen juonentumisvaihe – lisensoidut versiot ja monumentiksi tuotettu retro-*Kimble*

Kolmas kerronnallinen jakso, *Kimblen* juonentumisvaihe, ajoittuu vuosiin 2000–2015. Yhtiön edustajien ja työntekijöiden rakentaman narratiivin⁷ juoni tiihentyy *Kimblen* alkuvaiheiden ja yhtiön lähihistorian kuvauksissa. Siirryttäessä lähihistoriaan *Kimblen* tarina muuttuu moniääniseksi, kun useampi kertoja muistelee ajanjaksoa. Lähihistorian aloitettavaa käännekohtaa merkitsee *Kimblen* lisenssiversioiden tulo perusversioiden rinnalle. Ensimmäinen lisenssiversio *Nalle Puh* ilmestyi kertojien mukaan joko aivan 1990-luvun lopulla tai 2000-luvun alussa. *Nalle Puh -Kimble* rytmittää ja luo *Kimblen* tarinaan uuden haaran, kun yritys on ikään kuin tehnyt historiaa:

Jussi Wallenius: Ensimmäinen lisenssiversio, Winnie the Pooh, niin sehän yllätti meidät kaikki. Se määrä, mitä sitä myytiin, oli aivan tolkuton. (–) (S)iinä kohtasivat

kaksi asiaa: Nalle Puh ja *Kimble*, jotka olivat oikeassa paikassa oikeaan aikaan.

Siirryttäessä keskustelemaan *Kimblen* lisenssiversioista kerronta muuttuu selostavamaksi ja tarinallisuus jää taka-alalle. Vain erikoiset, poikkeavat tapahtumat jäsenyivät kertomuksen muotoon. Haastateltavien vastaukset *Kimblen* merkittävimmistä lisenssiversioista vaihtelevat, mutta niitä yhdistävät yhtiön tai tuotteen näkökulmat. Toimitusjohtaja Markku Heljakka nostaa esiin *Angry Birds -Kimblen*, jonka muodossa *Kimble* palasi takaisin Amerikkaan eli pelin elinkaaressa tapahtui jotakin historiallista, yhtiölle merkityksellistä. Yhtiö on onnistunut asteittain myös rekisteröimään pelin nimen Yhdysvalloissa huolimatta siitä, että *Kimble* on siellä yleinen sukunimi. Myös myyntipäälikkö Kalevi Heljakka mainitsee *Angry Birds -Kimblen* samoista syistä kuin toimitusjohtaja.

Graafinen suunnittelija Jussi Wallenius ja tuotantosuunnittelun päällikkö Hannu Tuomola nostavat pääosin samoja lisenssiversioita keskusteluun, joskin eri näkökulmista. Wallenius summaa tärkeimmiksi ne versiot, joissa myös pelinappuloiden suunnitteluun ja toteutukseen on panostettu. Esimerkiksi *Nalle Puhin* lisäksi *Teini-ikäiset mutanttininjakilpikonnat* - sekä *Angry Birds* -versioissa pelinappulat noudattavat hahmojen muotoa ja teemaa. Tuomola puolestaan pitää tärkeimpinä lisensseinä *Nalle Puh* - ja *Angry Birds*



Kuvio 2. Monumentalisoiva identiteettityö on jaetun, eli kulttuuriperintöä käyttävän yhteisön jäsenten yhteiseksi ja yhdistäväksi koetun historiallisen tiedon käyttämistä menneisyyden jäljen tulkitsemiseen ja sen symbolimerkityksen perustelemiseen. (Sivula 2015, 66; Suominen & Sivula 2016.)

-versioita. Ensimmäistä Tuomola tarkastelee käännekohtana, jälkimmäistä menestyssekkäimpänä lisenssiversiona. Huomionarvoista on se, että tietyt materiaaliset ja visuaaliset muutokset rakentuvat merkkipaaluiksi tuotteen elinkaaressa.

Pelisuunnittelija ja lelututkija Katriina Heljakka on käsitellyt lelujen ja pelien lisenssitoimintaa laajemminkin tutkimuksellisesta näkökulmasta. Lisenssitoiminnassa lisenssinhaltija luovuttaa lisensoijalle tuotemerkkinsä tai hahmonsa rajoitetut käyttöoikeudet. Lisenssiä voi hyödyntää esimerkiksi valmiissa tuotteissa, kuten *Kimble*ssä on tehty. Katriina Heljakan mukaan pelisuunnittelijan henkilökohtainen suhde tuotemerkkiin tai hahmoon voi olla yksi ohjaava tekijä lisenssiä tuotteistettaessa. Pelisuunnittelijakin voi olla fani. (Heljakka 2011, 46–47, 52.) Myös Heljakan valintaan kertoa haastattelussa *Hello Kitty -Kimble*stä vaikutti osittain se, että hän on *Hello Kitty*ä tuottavan Sanrion fani. Kyseinen versio kiinnosti myös Sihvosta lähinnä nappuloihin liimattavien tarrojen osalta. Tässä kohtaa siis sekä haastateltavan että haastattelijan mielenkiinnot vaikuttivat keskustelun aiheen valintaan.

2000-luvulla yhtiö on myös pyrkinyt luomaan uusia tapahtumia, joita kytkeä *Kimblen* nykyiseen tarinaan. Katriina Heljakka korostaa vuonna 2007 yhtiön ja *Kimblen* 40-vuotisjuhlien kunniaksi järjestettyä avoimien ovien päivää sekä *Kimblen* SM-finaalin

tunnelmaa. Tässä tapahtumassa ja muistossa yleisöllä on ollut tärkeä rooli kokemuksen muodostumisessa ja siitä tuotetussa tulkinnassa:

Katriina Heljakka: Sitten toki oli ikimuistoinen silloin, kun tämä 40-vuotisjuhla oli, meillä oli avoimien ovien päivät ja silloin järjestettiin Kimblen SM-finaali yrityksen sisällä. Siellä oli silloinkin minun mielestäni 5-vuotias pelaaja ja sitten oli sen aikainen Miss Suomi Noora Hautakangas. He pelasivat keskenään toisiaan vastaan siinä (-) finaalissa. Ja sitten se, miten se ilo räjähti kattoon, kun tämä, olikohan se Santeri nimeltään tämä poika, voitti sen. Se oli tosi kova kamppailu. Siellä oli tiedotusvälineet seuraamassa ja valtava määrä ihmisiä kerääntynyt sen pienen pöydän ympärille. Tunnelma oli todellakin käsin kosketeltavissa, koska kaikki halusivat, että se pieni poika voittaa.

Kimblen ja yhtiön 40-vuotisjuhlien kunniaksi yhtiö julkaisi pelistä myös retroversion, joka oli lähes identtinen kopio alkuperäisestä *Kimble*stä. Tuotantos suunnittelun päällikkö Hannu Tuomola muistelee, että retroversiossa noudatettiin puisten pelinappuloiden, visuaalisen ilmeen ja pelipakkauksen keskellä sijainneen reiän osalta melko tarkkaan alkuperäistä versiota mutta valmistusmenetelmät olivat tietenkin nykyaikaiset. Haasta-



Kuva 2. Kuvassa vuonna 2007 yhteistyökumppaneille ja yhtiön työntekijöille suunnattu Kimblen retroversio. Retroversio oli lähes identtinen kopio alkuperäisestä versiosta, ja siinä oli puunappulat kuten alkuperäisessäkin. Retroversio poikkesi alkuperäisestä muun muassa sillä, että sen takakanteen oli painettu yhtiön historiikki. Kannen kuvassa oleva poika on yhtiön nykyinen toimitusjohtaja Markku Heljakka. Kuva: Sihvonen 2015.

teltavien kertomat tarinat retroversiosta jäävät lyhyiksi, mikä selittyy sillä, ettei yhtiö suunnannut sitä kaupalliseen levitykseen vaan yhteistyökumppaneille ja henkilökunnalleen. Retroversio oli tyypillinen monumentalisoivan identiteettityön ilmentymä. (Sivula 2015, 65; Suominen & Sivula 2016). Monumentit ovat historiakulttuurin kiintopisteitä. Ne ovat merkittävyyden symboleita. *Kimblen* retroversio tuotettiin symboliksi, joka auttaa muistamaan ja muistelemaan yhtiön historiaa. Esimerkiksi myyntipäällikkö Kalevi Heljakka muistaa kansikuvan ihmiset hyvin:

Kalevi Heljakka: (-) (I)hmiset, jotka siinä kannessa ovat, niin sen nuoren tytön poika on meillä töissä tuolla Bränd-ID:in puolella. Sitten taas se tummatukkainen nainen on sen tytön äiti eli sen pojan isoäiti. (-) Se vanhempi mies oli Kallio Aarre tai Aarne, romukauppias tuolta Ulvilan puolelta. Sitten se pikkupoika siinä on meidän Markku. Vain päänjakausta pistettiin väärään suuntaan, mitä silloin oli.

2000-luvulle liittyy myös yhtiön ulkopuolella, julkisuudessa kehittyneitä tarinoita, jotka yhtiön edustajat ovat myöhemmin omaksuneet osaksi *Kimbleä*. Esimerkiksi Katriina Heljakka kuvailee vuonna 2013 noussutta *Kimble*-gate-tapausta⁸ ruotsinkielisten helpotetuista pelisäännöistä seuraavalla tavalla:

Katriina Heljakka: Tämöinen sattuma, kun iltapäivälehdet nostivat esille sen, että Ruotsissa pelataan *Kimbleä* eri säännöillä kuin Suomessa. Eli Ruotsissa saa lähteä liikkeelle myös ykkösen heittämällä, kun Suomessa se on ainoastaan kuutosesta. (-) Se sai huvittavia muotoja, koska se noteerattiin Uutisvuotoa myöten. Minä olin sanonut jo aikaisemmin yrityksessä, että: "Niin, että tämä on tällainen *Kimble*-gate." Ja siinä Baba Lybeck sitten mainitsi, että: "Tämä on *Kimble*-gate". Niin se oli huvittava juttu. (-) Että totta kai nyt varmaan ihan puoliksi leikillinen juttu, mutta tosi meukas uutisaiheena.

Vuoden 2015 alussa iltapäivälehdet puolestaan kirjoittivat tilastotieteilijän todistaneen, ettei *Kimblen* arpanopan tulos olekaan täysin sattumanvarainen. Nopan vastakkainen silmäluku on todennäköisempi seuraavalla "heitolla" kuin muut silmäluvut.⁹ Graafisen suunnittelijan Jussi Walleniuksen mukaan tapaus johti yhtiön sisällä siihen, että yksi yhtiön omista työntekijöistä ryhtyi tutkimaan asiaa:

Jussi Wallenius: Meillä joku klapsutteli sitä tuolla ja testasi. Minulla on sellainen mielikuva, että Petter testasi. Hän on innostunut tilastomatematiikasta. Niin minulla on sellainen mielikuva, että hän tässä alkuvuokolla olisi kolistellut sitä tuolla siten, että taisivat muutkin kyllästyä jo.

Toimitusjohtaja Markku Heljakan mukaan *Kimble* on helppo tuote, joka elää omaa elämäänsä ja "aina Suomessa erilaisia vaiheita". Hän nostaa esiin *Kimblen* SM-kilpailut, *Kimblen* suosion opiskelijapiireissä, *Kimble*-kerhot ja *Kimbleen* liittyvät Youtube-videot, jotka "eivät välttämättä olleet ihan perhepelimäisiä" sekä yhtiön kirjamesuille painamat t-paidat:

Markku Heljakka: Hyvä esimerkki oli, kun joku vuosi sitten kirjamesuilla muistaakseni, me painoimme osastolle esittelijöille *Kimble*-paitoja. Ja kun niitä oli esittelijöiden päällä, niin ihmiset alkoivat kyselemään, mistä näitä saa ostaa. Niitä paitoja oli painettu varmaan joku muutama kymmenen ylimääräistä sinne osastolle, niin me ajattelimme, että myydään siitä nyt sitten muutama. Ja ne meni heti. Ja se oli jännittävää, miten siitä tuli yhtäkkiä tavallaan se tuote. Ihmiset vaan halusivat *Kimble*-paidan, jossa oli (-) peli ja muuta. He halusivat assosoida itsensä siihen.

Heljakka ei tarkkaan ajallisesti paikanna näitä vaiheita osaksi yhtiön historiaa, vaan vihjaa *Kimblen* olevan kulttuurissa jatkuvasti läsnä ilman yhtiön selkeää myötävaikutusta. Tapahtumien ja erilaisten uutisointien huomioiminen viittaa siihen, että niiden tunnistaminen historiaksi on tehty ja vakiinnuttaminen alkanut.

Kimble on klassikko ja monumentti

Klassikko tarkoittaa nykyisin tunnustettua, vakiintuneen aseman saavuttanutta ihmistä tai merkittävää, yleisesti hyväksyttyä teosta. Digitaalisen kulttuurin ja pelitutkimuksen tutkija Frans Mäyrä sisällyttää klassikon määritelmään myös kaanonin. Kaaanon viittaa merkittävien teosten listaan, joka jokaisen tulisi tuntea. (Mäyrä 2008, 55, 58.) *Kimbleä* on useissa yhteyksissä luonnehdittu klassikkopeliksi.¹⁰ Klassikko on määre, johon historiallisen tuotekulttuurin tutkijan kannattaisi aina kiinnittää huomiota. Klassisuus ei tässä tapauksessa viittaa puhtaaseen muotoon tai antiikkisuuteen vaan pikemminkin klassikoksi nimetyn objektin kesto. *Kimblen* tapauksessa klassikoksi nimetylle kohteelle on rakennettu myös muistomerkin ominaisuuksia.

Sivulan (2015) mukaan monumentalisoiva identiteettityö liittyy usein jonkin erityisen kulttuuriperintöobjektin identiteettiään työstävän kulttuuriperintöyhteisön aktiivisuuden alkuvaiheisiin. *Kimble* on Tactic Games Oy:n menneisyyden jälki, joka on työstetty yhtiön varhaisvaiheiden monumentiksi käyttämällä kehyskertomuksena yhtiön jaettua historiaa. Klassikkotuotteena *Kimble* on jatkuvasti sekä muuntelevan että toistavan uustuotannon kohteena. Pelin sisältämä aineeton kulttuuriperintö säilyy myös uusversioissa¹¹ ominaisuuksina, joiden perusteella peli tunnustetaan *Kimbleksi*. Klassikko ammentaa pitkän kestopäivänsä ja pysyvän arvonsa uusintetusta aineettomasta kulttuuriperinnöstä.

Digitaalisen kulttuurin tutkija Jaakko Suominen on määritellyt digitaalisten pelien klassikoimisen historiapuheeksi, jossa artikuloidaan eksplisiittisesti pelikulttuurin muutosta ja siihen liittyviä arvoasetelmia (Suominen 2010, 95). 2010-luvun Suomessa lautapeliin pelaamiseen liittyvän kulttuuriperintöprosessin eteneminen näkyy klassikkojen paikantamisen historioiden jakamisena. Klassikoiden aktiivisen nimeämisen ja tunnistamisen käytäntö näyttäytyy lautapelejä ja niiden pelaamista koskevassa populaarisessa julkisuudessa. Hyvä esimerkki tällaisesta populaarijulkisuudesta on MTV:n 17.12.2010 julkaisema "Suuri lautapelitestit: Klassikot ja uutuudet vertailussa".

Kaikki haastateltavat eivät suoraan nimitä *Kimbleä* klassikoksi, mutta tämä pelille varattu erityinen status välittyy vastauksista epäsuorasti. Kun Sihvonen pyysi haastateltavia kuvailemaan peliä muutamin sanoin, Katriina ja Kalevi Heljakka nostivat klassikko-käsitteen esille itse. Katriina Heljakka toteaa pelin kestäneen hyvin aikaa ja herättävän intohimoja. Kalevi Heljakka muodostaa lautapeliklassikoiden suomalaisen kaanonin, johon kuuluvat *Kimblen* lisäksi *Alias* ja *Afrikan Tähti*. Hän myös esittää heti haastattelun alussa ajatuksen *Kimblen* sopivuudesta kaikille:

Kalevi Heljakka: Sitten aikuiset miehet pelaavat tuolla Etelä-Suomessakin muutama massa kapakassa *Kimbleä*. Ottavat isot kolpakot olutta, ryhtyvät pelaamaan *Kimbleä* keskenään ja harikat seisovat pihalla.

Hannu Tuomola myönsi pelin olevan klassikko, kun Sihvonen ehdotti sitä hänelle. Tuomola huomautti myös vastauksessaan viitanneensa siihen. Hän liittää klassikkosarjaan *Kimblen*, *Afrikan Tähtien* ja *Monopolyn*. Vaikka klassikoiden kaanonin sisältö voi vaihdella, Tuomolan mukaan siihen ei juuri enää pääse uusia tuotteita. Tuleeko tuotteita siis nykyään niin paljon, ettei uusia klassikoita pääse muodostumaan?

Klassikoksi tarjoutuvaan tuotteeseen liittyy usein tuotteen tai yrityksen enemmän tai vähemmän tosi tarina. Tulevaisuudentutkija Rolf Jensen ennusti 1990-luvun lopulla tarinallisuuden lisääntyvän tuotteissa. Yritysten, yhteisöjen ja yksilöiden menestys tulisi tarinoista, ei pelkästä tiedosta. Samalla tarinallisuus korottaisi tuotteiden hintoja. Jensen määritteli myös tarinan rakentamisen tapoja: Ensinnäkin valmistaja voi hankkia valmiin tarinan tunnetulta henkilöltä, julkisuudenhahmolta, jolla itsellään on jo tarina kerrottavanaan. Tarinan voi myös luoda itse järjestämällä tapahtumia. Kolmantena vaihtoehtona on myydä tarinaa yhdessä asiakkaan kanssa. Asiakas voi myös itsenäisesti luoda tuotteelle tarinaa, jonka tuottaja myöhemmin omaksuu osaksi tuotettansa. (Jensen 1999, 1–3, 42–44, 62–63.)¹²

Jensenin kuvailemia tarinan tuottamistapoja löytyy myös Tactic Games Oy:n historiasta. Esimerkiksi *Kimblen* vuoden 2007 SM-kilpailun finaali järjestettiin yhtiön tiloissa Poris-

sa. Kilpailua oli todistamassa yleisö, ja finaalikaksikko muodostui Miss Suomi Noora Hautakankaasta ja kilpailun voittaneesta pikkupojasta. *Kimble*-gate-tapaus ja arpakuution ennakoitavuus ovat puolestaan syntyneet yhtiön ulkopuolella. *Kimble*-gate-tapauksessa iltapäivälehdet haastattelivat Noora Hautakangasta, jota periaatteessa saattoi pitää kokeneena *Kimble*-pelaajana.¹³ *Kimblen* tarinaan alkaa linkittyä yhtiön ulkopuolisten toimijoiden kokemuksia.

Yhtiössä tunnetaan hyvin tällaiset tuotteisiin liittyvät tarinat, mutta niitä käytetään tällä hetkellä pikemminkin sisäiseen kuin ulkoiseen kommunikaatioon. Ulkoiseen kommunikaatioon käytetty historia muodostuu yhtiön suppeasta historiikista ja *Kimblen* historiallisesta ulkomuodosta ja rakenteesta, johon myös peliä muuntelevat uusversiot viittaavat. Jaakko Suominen on jakanut digipelejä tuottavien yritysten historian käytön kolmelle tasolle sen mukaan, miten tietoista ja systemaattista toiminta on. Yritys voi olla tietoinen historiastaan, sen toiminnassa voi ilmetä historian käyttöä ilman erillistä suunnitelmaa tai historian käyttöä varten on kehitetty erillinen strategia hallintamenetelmään. (Suominen 2012.)

Esimerkkitapauksessamme yrityksen historian käyttö on tietoista ja jossain määrin suunniteltua. *Kimblen* ympärille rakennettu yrityksen historian juoni vakiinnuttaa pelin asemaa klassikkona. Pelin menestystä ymmärretään ja selitetään sekä yhtiön sisäisillä toimilla että ulkoisilla olosuhteilla. Yrityksen oma historia on vahvasti henkilöitynyttä, mutta ulkoinen historia persoonatonta. Yrityksen oman historian ymmärtävät ja selittävät historiografiset operaatiot kietoutuvat Aarne Heljakan henkilöhahmon ympärille. *Kimblen* menestystä selittää se, että Heljakka oli taitava myyntimies ja visionääri. Otollinen ajankohta ja lautapelitarjonnan vähäisyys taas vaikuttivat siihen, että Heljakka havaitsi pelin potentiaaliset markkinat. Sisäisen historian ulkoista hyödyntämistä näkyy muutamissa *Kimblen* juhluvuosien pelipakkauksissa,¹⁴ joihin on liitetty lyhyt historiikki. Markku Heljakan rooli toimitusjohtajana on myös osa yhtiön sisäistä historiaa, ja on ilmeistä, että toimitusjohtajan rooli vahvistaa Heljakan asemaa sekä yrityksen että *Kimblen* tarinan pääkertojana.

Lopuksi

Suullisesti yrityksen sisäiseen käyttöön välitetyssä historiassa on vain ohuelti jälkiä dokumentaarisista historiografisista operaatiosta. Yrityksen sisäiseen käyttöön esitetty historia on ensisijaisesti menneisyyden representaatio. Representaatio näyttäytyy jaetuna narratiivina, joka kerrotaan tapahtuneeksi. Menneisyyttä ymmärtävien ja selittävien operaatioiden tasolla tämän narratiivin eri versioissa näyttäytyy toimijoiden henkilökoh-

taisia ominaisuuksia ja aikakauden talouteen ja kulttuuriin liittyviä ulkoisia tekijöitä, kuten pelien kysyntä. Menneisyyttä koskevien faktaväitteiden todistelua näissä suullisesti välitetyissä historioissa oli vain vähän. Joissakin tapauksissa kertoja tukeutui toiseen kertojaan tai kertoi käyttävänsä toista kertojaa tietolähteenään. Kertojat luottavat muistiinsa.

Kimblen historioidut jaksot – alkuvaiheet, suvantovaihe ja juonentumisvaihe – viittaavat nopeaan klassikkotuotteen aseman vakiintumiseen ainakin yhtiön edustajien näkökulmasta. Klassikoituminen perustelee jokaisen jakson rakennetta huolimatta siitä, etteivät kaikki kertojat nimittäneet *Kimbleä* suoraan klassikoksi. Jaksoissa esitetyt tarinat tekevät osaltaan pelistä klassikon.

Jotkin klassikkotuotteet saapuvat ja poistuvat markkinoilta tasaisin väliajoin. Tuotteet nostalgisoituvat ajan kuluessa kuluttajan ulottumattomissa. Samalla niiden uudelleenilmestymisten yhteydessä kerrotaan myös tuotteen tarina uudelleen.¹⁵ *Kimble* poikkeaa monista muista uudelleenilmestyvistä klassikkotuotteista siinä, että peli on jatkuvasti kuluttajan saatavilla. Pelin historia on kerrottu vain juhluvuosien uudelleenjulkaisujen yhteydessä. Vakiintunut tuote menee kaupaksi ilman tarinaakin. *Kimble* vaikuttaakin pikemminkin ajattomalta kuin historialliselta ilmiöltä. Tarinat ovat kuitenkin osa tuotetta. Ne viihdyttävät ja luovat kysyntää uudelleenjulkaisuille. Parhaimmillaan tarinat alkavat elää omaa elämäänsä tuotteen käyttäjien keskuudessa ja mediassa, eikä valmistajan enää tarvitse ylläpitää tarinaa itse.

Tutkimushanke on vasta alussa. Tämä artikkeli kääntää pelitutkijoiden katseen kohti niitä tapoja, joilla peliyhtiöt historioivat tuotteitaan ja rakentavat tuottamilleen peleille kulttuuriperintöarvoa. Jatkon kannalta tärkeä kysymys on, missä määrin tuotteen käyttäjät ovat omaksuneet tarinat. Tarkoituksena on tutkimuksen edetessä tuottaa teoreettinen malli siitä, miten *Kimblen* kaltaisia uudelleenjulkaituvia kulttuurituotteita voisi rakentaa tyhjistä ja miten tuotteen tarinan voi integroida uudelleenjulkaisuihin. Tämä vaatii niin valmistajan kuin käyttäjienkin näkökulmien yhdistämistä.

Loppuviitteet

1. Esim. Play it again project, <http://playitagainproject.org/>, joka esittelee australialaisia ja uusi-seelantilaisia 1980-luvun digitaalisia pelejä ja kerää dokumentaatiota populaarimuistin kautta.
2. *Kimble* on saanut nimensä televisiosarjasta *Takaa-ajettu* (*The Fugitive*, 1963–1967, Yhdysvallat). Siinä tohtori Kimbleä syytetään vaimonsa murhasta. Syytön Kimble lähtee pakomatkalle ja jäljittää samalla oikeaa murhaajaa. Sarjasta on myös tehty

- samanniminen elokuva, joka ilmestyi vuonna 1993 (Yhdysvallat). Elokuvan tohtori Kimblenä nähdään Harrison Ford ja poliisina Tommy Lee Jones.
3. Katriina Heljakalla on kaksoisrooli tässä tutkimuksessa; toisaalta hän on Sihvosen haastateltava ja pelisuunnittelijana yhtiön edustaja, toisaalta hän on tutkija, jonka tutkimuksiin myös viitataan tässä artikkelissa.
 4. Puolistrukturoiduista teemahaastatteluista ks. esim. Tiittula & Ruusuvuori 2005, 11.
 5. Ks. Alastalo ja Åkerman 2010, 383. Haastattelusitaatteja on siistitty yleiskielelle haastateltavien pyynnöstä. Sitaateista on poistettu täyte- ja murre sanoja sekä puhekielisiä ilmaisutapoja. Sitaattien käytössä on käytetty merkintöjä (-) ja (–), joista ensimmäinen merkitsee yhden sanan tai virkkeen poistoa ja jälkimmäinen usean virkkeen poistoa.
 6. Hayden White erotti vuonna 1973 neljä juonentamisen perusrakennetta: Ne olivat romanssi, komedia, tragedia ja satiiri. Tämän klassisen jaottelun valossa yksilön roolia juonen kuljettajana korostavat sankaritarinat ovat yleensä romansseja. Hayden White, *Metahistory: The Historical Imagination in 19th-century Europe*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1973, 6–8.
 7. Narratiivi tarkoittaa *kerrotun* juonelle ominaista koherenssia. Narratiivi kiinnittää toisiinsa henkilöt, tapahtumat ja aikaan liittyvän sarjallisuuden. Ricoeur 2000, 313–315.
 8. Tapauksesta kirjoitettiin myös Ruotsissa. Ks. Söderlund 2013.
 9. Särkkä 2015; ks. myös Karvonen 2015.
 10. Ks. esim. Saari 2009, Kauppinen 2012, Lehtonen 2013a ja Vääräniemi 2013.
 11. Uudistetusta ja päivitetystä tuotteesta käytetty nimitys. Sihvonen 2014, 11.
 12. Jensen julkaisi ajatuksensa *Dream Society* -teoksessaan, joka kääntyy vapaasti unelmayhteiskunnaksi. Unelmayhteiskunta asettuu vastakohtaksi aiemmin vallinneelle informaatioyhteiskunnalle, joka korosti tiedon ja datan merkitystä. Unelmayhteiskunnassa tarinoita ryhtyisivät hyödyntämään etenkin pienet yritykset.
 13. Lehtonen 2013a; ks. myös Lehtonen 2013b.
 14. Näitä ovat yhtiön 25-vuotisversio vuodelta 1992, 30-vuotisversio vuodelta 1997 sekä retroversio vuodelta 2007.
 15. Ks. Sihvonen 2014.

Lähteet

Tutkimusaineisto

Katriina Heljakan haastattelu 23.1.2015. Nauhoite ja litteraatio Sihvosen hallussa.
Markku Heljakan haastattelu 5.2.2015. Nauhoite ja litteraatio Sihvosen hallussa.
Jussi Walleniuksen haastattelu 5.2.2015. Nauhoite ja litteraatio Sihvosen hallussa.
Kalevi Heljakan haastattelu 11.9.2015. Nauhoite ja litteraatio Sihvosen hallussa.
Hannu Tuomolan haastattelu 5.11.2015. Nauhoite ja litteraatio Sihvosen hallussa.

Verkkolähteet

Karvonen, Hilka (2015). Peliyhtiö myöntää: Kimblen noppakohu on totta – kehitteillä uusi versio? *Iltaalehti* 5.2.2015. Verkossa http://www.iltalehti.fi/uutiset/2015020519149136_uu.shtml Viitattu 8.9

Kauppinen, Jukka O. (2012). Angry Birds Space Race Kimble – klassikko toimii edelleen. *Dome.fi* 8.8.2012. Verkossa <http://dome.fi/pelit/artikkelit/lautapelit/angry-birds-space-race-kimble-klassikko-toimii-edelleen> Viitattu 23.9.2016.

Lehtonen, Marko-Oskari (2013a). Härregud! Ruotsinkielisille eri säännöt Kimblessä. *Iltaalehti* 19.11.2013. Verkossa http://www.iltalehti.fi/uutiset/2013111917737880_uu.shtml Viitattu 8.9.2016.

Lehtonen, Marko-Oskari (2013b). Ruotsissa kohistaan Kimble-paljastuksesta – ”Hyvin hämmentävää”. *Iltaalehti* 21.11.2013. Verkossa http://www.iltalehti.fi/uutiset/2013112117745457_uu.shtml Viitattu 8.9.2016.

Saari, Mikko (2009). Kimble (peliarvostelu). *Lautapeliopas.fi* 12.8.2009. Verkossa <http://www.lautapeliopas.fi/peliarvostelut/kimble/> Viitattu 23.9.2016.

Särkkä, Heini (2015). Mullistava löydös Kimblessä: Nopan liikkeitä voi ennustaa. *Iltaasanomat* 2.2.2015 (päivitetty 3.2.2015). Verkossa <http://www.iltasanomat.fi/tiede/art-1422890500770.html> Viitattu 8.9.2016.

Söderlund, Andreas (2013). Perkele, det är lättare regler i Sverige! *Aftonbladet* 19.11.2013. Verkossa <http://www.aftonbladet.se/nyheter/article17873373.ab> Viitattu 8.9.2016

Vääräniemi, Annakaisa (2013). Paljastus Kimble-pelin suosion taustalta Suomessa – YH: ”Houkuttelijat kiersivät kaupoissa”. *Iltaasanomat* 30.10.2013. Verkossa <http://www.iltasanomat.fi/perhe/art-2000000675269.html> Viitattu 23.9.2016.

Kirjallisuus

- Alastalo, Marja & Åkerman, Maria (2010). Asiantuntijahaastattelun analyysi: Faktojen jäljillä. Teoksessa J. Ruusuvaara, P. Nikander & M. Hyvärinen (toim.): *Haastattelun analyysi*. Tampere: Vastapaino, 372–392.
- Davis, Fred (1979). *Yearning for Yesterday. A Sociology of Nostalgia*. New York: The Free Press.
- Eskola, Jari & Suoranta, Juha (2014). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino (10. painos, ilm. alunperin 1998).
- Fingerroos, Outi & Haanpää, Riina (2006). Muistitietotutkimuksen ydinkysymyksiä. – Teoksessa Fingerroos, Outi, Riina Haanpää, Anne Heimo ja Ulla-Maija Peltonen (toim.): *Muistitietotutkimus. Metodologisia kysymyksiä*. Tietolipas 214. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 25–48.
- Fingerroos, Outi (2010). Muisti, kertomus ja Oral history -liike. Teoksessa Grönholm, Pertti & Anna Sivula (toim.): *Medeasta pronssisoturiin – Kuka tekee menneestä historiaa?* Turku: Turun Historiallinen Yhdistys, 60–81.
- Guins, Raiford (2014). *Game After. A Cultural Study of Video Game Afterlife*. Cambridge: The MIT Press.
- Heljakka, Katriina (2011). "License to thrill" – Lisenssit: lautapelisuunnittelun lyhyt oppimäärä. Teoksessa Suominen, Jaakko, Raine Koskimaa, Frans Mäyrä, Olli Sotamaa ja Riikka Turtiainen (toim.): *Pelitutkimuksen vuosikirja 2011*. Tampere: Tampereen yliopisto, 46–54. Verkossa <http://www.pelitutkimus.fi/vuosikirja-2011> Viitattu 15.12.2016
- Jensen, Rolf (1999). *The Dream Society. How the Coming Shift from Information to Imagination will transform your Business*. New York: McGraw-Hill.
- Kalela, Jorma (2012). *Making History: The Historian and Uses of the Past*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Koivunen, Anu (2001). Takaisin kotiin? Nostalgiaselityksen lumo ja ongelmallisuus. Teoksessa Koivunen, Anu, Susanna Paasonen & Mari Pajala (toim.): *Populaarin luno. Mediat ja arki*. Taiteiden tutkimuksen laitos, mediatutkimus, julkaisuja A:46. Turku: Turun yliopisto, 324–350 (3. painos).
- Korkiakangas, Pirjo (1999). Muisti, muistelu, perinne. Teoksessa B. Lönnqvist et al (toim.): *Kulttuurin muuttuvat kasvot. Johdatus etnologiatieteisiin*. Tietolipas 155. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 155–176.
- Mäyrä, Frans (2008). *An Introduction to Game Studies. Games in Culture*. London: Sage Publications.
- Newman, James (2012). *Best Before. Videogames, Supersession and Obsolescence*. London & New York: Routledge.
- Reunanen, Markku, Heinonen, Mikko & Pärssinen, Manu (2013). Suomalaisen peliteollisuuden valtavirtaa ja sivupolkuja. Teoksessa Suominen, Jaakko, Raine Koskimaa, Frans Mäyrä, Petri Saarikoski & Olli Sotamaa (toim.): *Pelitutkimuksen vuosikirja 2013*. Tampere: Tampereen yliopisto, 13–28. Verkossa <http://www.pelitutkimus.fi/vuosikirja-2013> Viitattu 15.12.2016.
- Ricoeur, Paul (2000). *La mémoire, l'histoire, l'oubli*. Paris: Seuil.
- Sallinen Susanna (2004). Koti-ikävä ja nostalgia arjen kokemuksena. Teoksessa Granö, Päivi, Jaakko Suominen ja Outi Tuomi-Nikula. (toim.): *Koti – Kaiho, paikka, muutos*. Kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen laitoksen julkaisuja IV. Pori: Turun yliopisto, 79–102.
- Sihvonen, Lilli (2014). *Kulttuurituotteen suunniteltu vanhentaminen ja henkinherättäminen. Esimerkkinä Disneyn Lumikki ja seitsemän kääpiötä*. Digitaalisen kulttuurin pro gradu -tutkielma. Turku: Turun yliopisto.
- Sivula, Anna (2006). *Kysymyksiä ja voimaviivoja. Marc Blochin historiantutkimuksellisen tuotannon metodologinen perintö*. Väitöskirja. Turun yliopiston julkaisuja. Annales universitatatis Turkuensis. Sarja C. Turku: Turun yliopisto.
- Sivula, Anna (2010). Menetetyt järven jäillä. Historia osana paikallista kulttuuriperintöprosessia. Teoksessa Grönholm, Pertti & Anna Sivula (toim.): *Medeasta pronssisoturiin. Kuka tekee menneestä historiaa?* Turku: Turun Historiallinen yhdistys ry, 21–39.
- Sivula, Anna (2014). Corporate History Culture and Useful Industrial Past. A Case Study on History Management in Finnish Cotton Company Porin Puuvilla Oy. Teoksessa Heimo, Anne, Ene Köresaar & Pauliina Latvala (toim.): *Folklore vol 57. Electronic Journal of Folklore* 57:2, 29–54. Verkossa <http://www.folklore.ee/folklore/vol57/sivu-la.pdf> Viitattu 15.12.2016.
- Sivula, Anna (2015). Tilaushistoria identiteettityönä ja kulttuuriperintöprosessina. Teoksessa Pyykkönen, Miikka (toim.): *Kulttuuripolitiikan tutkimuksen vuosikirja 2015*. Kulttuuripolitiikan tutkimuksen seura r.y., 56–69.
- Suominen Jaakko & Sivula, Anna (2016): 4.Participatory Historians in Digital Cultural Heritage Process: Monumentalization of the First Finnish Commercial Computer Game. *Refractory, a Journal of Entertainment Media*, vol 27. Verkossa <http://refractory.unimelb.edu.au/2016/09/02/suominen-sivula/> Viitattu 15.12.2016.

-
- Suominen, Jaakko (2010). "Pieni askel ihmiskunnalle, mutta jättiharppaus tietokoneistetuille roolipeleille". MikroBitti-lehden peliarvostelut pelaamisen historiatietoisuuden rakentajina 1984–2008. Teoksessa Suominen, Jaakko, Raine Koskimaa, Frans Mäyrä & Olli Sotamaa (toim.): *Pelitutkimuksen vuosikirja 2010*. Tampere: Tampereen yliopisto, 83–98. Verkossa <http://www.pelitutkimus.fi/vuosikirja-2010> Viitattu 15.12.2016.
- Suominen, Jaakko (2012). Mario's legacy and Sonic's heritage: Replays and refunds of console gaming history. *Digra Nordic '12: Proceedings of Nordic DiGRA 2012 Conference*. Verkossa <http://www.digra.org/digital-library/publications/marios-legacy-and-sonics-heritage-replays-and-refunds-of-console-gaming-history/> Viitattu 15.12.2016.
- Swalwell, Melanie (2016). Classic gaming. Teoksessa Lowood, Henry & Raiford Guins (toim.): *Debugging Game History: A Critical Lexicon*. Cambridge & London: The MIT Press, 45–52.
- Tiittula, Liisa & Ruusuvuori, Johanna (2005). Johdanto. Teoksessa Ruusuvuori, Johanna & Liisa Tiittula (toim.): *Haastattelu – Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*. Tampere: Vastapaino, 9–21 (3. painos).
- Wertsch, James V. (2008). Collective Memory and Narrative Templates. *Social Research* 75:1, 133–156.
- White, Hayden (1973). *Metahistory: The Historical Imagination in 19th-century Europe*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.