

Tuotettua kiintymystä: Pokémonin affekti ja medioitu intiimiys

Lektio

Johannes Koski
Turun yliopisto

Lektio 25.8.2023 Turun yliopistossa

Väitöskirjatyöni alkoi tunteista. Miten pelit – erityisesti videopelit – vuorovaikutteisena mediana johdattelevat pelaajiaan tuntemaan. Miksi jotkin pelit tuntuvat pelottavilta, toiset hausuilta ja kolmannet mukavilta? Miksi jokin pelihahmo saa ihmiset ihastumaan, kun taas toinen jättää täysin kylmäksi? Ja ennen kaikkea: miten pelit avaavat pelaajansa alttiiksi tunteille?

Tutkin useita pelejä ja useita tunteita, mutta palasin toistuvasti yhden ja saman pelisarjan ja tunnemuodon pariin. *Pokémon* ja väkevät kiintymyksen kokemukset tuntuivat kulkevan käsi kädessä. Ja mitä enemmän *Pokémoniin* tutustuin, sen kiehtovammalta kohteelta se vaikutti.

Pokémonin juuret yltävät 90-luvulle, vuoteen 1996, jolloin alkuperäiset *Pokémon*-pelit julkaistiin Japanissa Game Boy -käsikonsolille. Peleissä pelaajat keräävät, vaihtelevat ja taisteluttavat ”pocket monstereita”, taskuhirviöitä, eli eräänlaisia mielikuvituksellisia eläimiä. Keskeistä näissä peleissä sekä niistä ponnistaneessa tuoteperheessä on vimmuttu keskittyminen juuri näihin otuksiin ja niiden kanssa olemiseen. Sittemmin näitä pelejä – joiden keskeinen sisältö on pysynyt lähes muuttumattomana pian 30 vuoden ajan – julkaistiin kymmenittäin lisää.

Suomeen *Pokémon* tuli vuosituhanen taitteessa, osana ilmiön laajenemista Japanista ensin Yhdysvaltoihin ja sieltä maailmalle. Täällä *Pokémon* on pitkään tunnettu eritoten animaationsarjojen kautta. Eikä ihme. *Pokémon* kasvoi peleistä valtavaksi tuoteperheeksi. Suomeen saapuessaan kyse oli monimediaisesta jättiläisestä, joka oli saavuttanut globaalin ilmiön, jopa huuman, mittapuut.

Alustavaa tutkimusta tehdessäni opin, että ihmiset muistelevat yhä lapsuutensa ja nuoruutensa kokemuksia *Pokémonin* parissa. Eritoten mieleen olivat jääneet *Pokémon*-hahmot. Ihmiset kysyivät minulta: sinä kun näitä tutkit, niin osaat varmaan selittää, miksi näin on. En osannut.

Mutta tein, mitä tutkija tekee. Aloin käydä läpi tutkimuksia, tuoteperheen tekijöiden haastatteluja ja fanien tuottamia tekstejä. Aloin myös itse pelata *Pokémon*-pelejä.

Näissä tutkimuksissa ja näissä kokemuksissa oli toistuva teema: *Pokémon* toden totta tuntui sitouttavan ihmisiä tunteen tasolla. Olevan jonkinlaisen tunnesiteen toinen puoli. Omista tutkimuspäiväkirjoistanikin tuolta ajalta paistaa hämmästyks. Nämä pikselimöykät olivat hetki sitten täysin yhdentekeviä minulle, ja nyt olinkin innostunut nappaamastani korppi-Pokémonista. Olin kiintynyt siihen. Mutta jälleen: miksi?

Helppo vastaus olisi, että kapitalismi toimii halua tuottamalla. Kun monin eri tavoin synnytetään haluja, voidaan myydä asioita tyydyttämään näitä haluja. Ja onkin turha esittää, ettei *Pokémonin* taustalla vaikuttaisi pyrkimys tuottaa tekijöilleen rahaa, ja etteikö tätä rahaa saisi tuotettua myymällä keräiltäviä söpöjä hahmoja. Tunteen ja tuotteistamisen ristiveto on kiistatta *Pokémonin* ydintä.

Se, mikä monissa tutkimuksissa ja selitysmalleissa kuitenkin jäi vähemmälle huomiolle, oli koko *Pokémon*-ilmiön pelillinen pohjavire. Se, mikä erotti *Pokémonin* Barbieista, Teinikäisistä mutanttinijakilpikonnista ja monista muista 90-luvun monimediaisista lelu- ja mediakulttuurisista hiteistä.

Pokémon on, totta kai, monimediainen tuoteperhe, jossa jokaisella tuotteella on rooli tunnesiteiden muodostamisessa. Mutta juuri videopelit aloittivat koko ilmiön. Eivätkä vain aloitaneet, vaan – näin tänään väitän – niiden seurauksena koko *Pokémon*-tuoteperhe on eräänlainen pelillinen kokonaisuus. Niiden vuoksi *Pokémonin* tarinamaailma toimii kuten toimii.

Aloin kiinnostua siitä, mitä koko tuoteperheen ytimeen asetuvat *Pokémon*-pelit ovat kokonaisuuteen tuoneet, ja voisiko niiden avulla ymmärtää *Pokémonin* fanien, tutkijoiden ja tekijöiden vahvistamaa kokemusta tuoteperhettä hallitsevasta kiintymyksen estetiikasta. Pystyisinkö tarjoamaan muitakin selitysmalleja kuin kapitalistisen halukoneen tilpehöörituotannon? Tämä toimi tausta-ajatuksenani, kun tarkensin vuosien mittaan eri versioita tutkimuskysymyksestäni: miten *Pokémon* tuottaa ja välittää kiintymystä.

Väitän, että *Pokémon*-tuoteperhe perustuu leikkiin, jolla tuotetaan kiintymystä, ja että tämä leikki rakentuu valtaosin alkuperäisten – tuoteperheen aloittaneiden – videopelien logiikalle. Ymmärtääkseen *Pokémonia* on siis ymmärrettävä sen videopelejä.

Digitaalisen kulttuurin äärellä

Tulen digitaalisen kulttuurin oppiaineesta, eli olen oppinut tutkimaan mediaa ennen kaikkea kulttuurin näkökulmasta. Siis kulttuurin, jota syntyy maailmassa, jossa tietotekniikka on merkittävä toimija arjessamme. Mutta myös kulttuurin, joka tätä tietotekniikkaa tuottaa. Koneemme ja viihteemme eivät synny tyhjästä, vaan kietoutuvat erilaisiin konteksteihin ja vastaavat moninlaisiin haluihin ja tarpeisiin. Tätä olen tutkinut – Turun yliopiston digitaalisen kulttuurin oppiaineen perinteitä kunnioittaen – monitieteisesti ja leikkiin heittäytyen, eritoten pelitutkimuksen, mediatutkimuksen ja affekti-teorian kautta.

Digikulttuurisessa lähestymistavassa tärkeäksi muodostui huomioida, että *Pokémon* ponnistaa hyvin tietystä ajallisesta ja kulttuurisesta pisteestä, 90-luvun Japanista. Sieltä kumpusivat monet tulkintaani ohjanneet taustavaikutteet, kuten maassa vallinnut postmoderni tekno-optimismi, jota käytettiin kulttuuri-ideologisena pyrkimyksenä kuvata todellisuutta ja loihtia siihen lisää sirpaleista, metafiktivistä viihdettä. Kannettava elektroniikka ja sen vaikutus liikkuvaan, monipaikkaiseen pelikulttuuriin oli niin ikään ollut kovassa nosteessa, ja käyttöikänsä ehtoopuolelle ehtinyt Game Boy -käsikonsoli oli suosittu peliväline miljoonissa japanilaiskohteissa. Lisäksi japanilaisessa mediakulttuurissa oli muodissa pyrkimys lamassa kamppailevien ihmisten olojen helpottamiseen lempeiden, luontoa ja luonnollisuutta korostavien, mediatuotteiden avulla. Minkä vuoksi aloinkin suhtautua *Pokémon*-hahmoihin eräänlaisina metaforisina eläiminä, digitaalisina luontokappaleina.

Roolipelien perilliset

Tässä kaikessa kuitenkin kenties tärkeimpänä vaikutteena *Pokémonille* tarkastelin konsoliroolipelien esiinmarssia 80- ja

90-lukujen Japanissa. Genretyypillisiltä piirteiltään – siis esimerkiksi niiltä osin, miltä *Pokémon*-pelit näyttävät, miten niitä pelataan ja miten niitä tuotetaan – *Pokémon* sijoittuu osaksi japanilaisia 90-luvun konsoliroolipelejä. Nämä ovat pelejä, jotka muun muassa Euroopassa ja Yhdysvalloissa tyypillisesti niputetaan käsitteen JRPG – Japanese Role-Playing Game – alle. Termi on sittemmin ollut melkoisessa murroksessa, ja sitä voikin käsitteenä pitää aikaan ja kontekstiin sidottuna aivan kuten pelejä, joihin sillä viitataan.

Japanilaiset konsoliroolipelit ponnistavat tietysti kansainvälisestä tietokoneroolipelien pitkästä historiasta, joka taasen rakentuu muun muassa pöytäroolipelien pohjalle. *Pokémonissa* onkin kyse eräällä tapaa roolipelitradition kehittymisestä. Se on roolipelien perillinen, joka ei ole roolipeli tai roolipelaaamista samassa mielessä kuin vaikkapa *Dungeons & Dragons*, mutta ammentaa samasta kulttuurisesta lähteestä ja toimii samoilla periaatteilla – vieden sitä toki omaan, japanilaisesta pelikulttuurista nousevaan, suuntaansa.

Suhteessaan roolipeleihin, *Pokémon*-videopelien sekä niistä kasvaneen tuoteperheen kiinnostavin ominaisuus on niiden niin sanottu media mix -tuotanto. Media mixillä tarkoitetaan japanilaisen populaarikulttuurin tuotantotapaa, jossa tuote ja tuoteperhe – kuten nyt vaikka konsoliroolipeli – luodaan sekä kulutetaan monimediaisina ja hahmovetoisina sirpaleina. Tarinamaailmaan pääsee siis sisään monin eri tavoin: vaikkapa pelien, animaatiotarjontojen, sarjakuvien, tapahtumien, oheistuotteiden ja lelujen kautta. Jokainen näistä tarjoaa omanlaisensa ikkunan samaan maailmaan, jolloin niiden kuluttamisesta tulee tapa myös oppia tarinamaailmasta, osallistua siihen ja sen sosiaalisiin verkostoihin, sekä omin henkilökohtaisin kokemuksiin myös määrittellä sitä.

Media mixeissä tätä hajautettua tarinankerrontaa pitävät nipussa nimenomaan hahmot. Kun media ja sen kuluttaminen

on jaettu lukemattomiin erilaisiin kanaviin ja muotoihin, juuri hahmot – ja se, että kaikki tapahtuu suhteessa hahmoihin – luovat kokonaisuudesta yhtenäisen. Niinpä *Pokémonin* digitaalisessa kulttuurissa koneet ja halut on valjastettu juuri hahmoja varten – luomaan suhteita hahmoihin.

Medioitu intiimiys

Tähän pohjaa myös väitöskirjani keskeinen käsite “medioitu intiimiys”, jota käytän sateenvarjoterminä teknologiaan kiintymiselle ja teknologian välittämälle kiintymykselle – oman työni tapauksessa kuvaan sillä erityisesti *Pokémonille* leimallista kiintymystä digitaalisiin ja leikillisesti elollisiin olentoihin. Jos affekti on työssäni teoreettinen väline kiintymyksen ymmärtämiseen ja tutkimiseen, medioitu intiimiys on tämä kiintymys kulttuurisena ilmiönä – teknologian ja ihmisten tuottamana tunneteoreettisena yhteenkietoutumana.

Tutkiakseni tunteita – tai tarkemmin sanottuna affekteja – ei siis riittänyt, että tunnistan *Pokémonin* herättämiä tunnekokemuksia. Minun piti tutkia sitä, mitä *Pokémonit* ovat ja mitä videopeleistä ponnistanut *Pokémon*-tuoteperhe on, jotta ymmärsin, miten kehot ja kappaleet *Pokémonin* kokonaisuudessa toisiinsa vaikuttavat – ja toisistaan vaikuttavat.

Lopulta kokonaisuudesta nousi viisi kokoavaa teemaa tai päähavaintoa ylitse muiden. Nämä yhdessä muodostavat *Pokémonin* medioidun intiimiyden eli kiintymyksen kokemukset *Pokémonissa* ja sen välittäminä.

Nämä viisi tapausta kuvaavat, miten *Pokémon*-hahmot toimivat pysyvinä tunnetta ja erilaisia merkityksiä keräävinä vertauskuvallisina eläiminä, miten pelaajien roolipelillinen positio tuoteperheessä fiktiivisenä kouluttajana ja faktuaalisena kuluttajana toimii, miten *Pokémon*-hahmot ja pelaajien kouluttajarooli ohjailevat näkemään vaivaa ja tekemään kiinty-

mystä luovaa tunnetyötä, miten *Pokémon* sijoittaa tähän tunnetyöhön sosiaalisen pelaamisen mahdollisuuden, ja miten *Pokémon* sekä sen tunteet asettuvat osaksi pelaajiensa arkea pyrkimällä jatkuvasti rikkomaan toden ja fiktion rajoja.

Nämä viisi moodia ohjaavat koko media mixiä kohti medioidun intiimiyden tematiikkaa – siis sitä, että leikin välityksellä ja leikillisesti ilmaistaan ja vastaanotetaan läheisyyttä, suhteessa ei-inhimillisiin toimijoihin.

Tunteet leikissä

Tämä työ alkoi tunteista – ja omasta hämmästyksestäni *Pokémonin* väkevän tunneilmaston ja pitkäikäisyyden edessä. Kun minulta nyt kysytään, miksi ihmiset kaipaavat vanhoja *Pokémon*-hahmoja tai miksi uusi pelaajasukupolvi toisensa jälkeen innostuu *Pokémon*-hahmoista, osaan vastata. Sanon, että he kaipaavat, koska peli – ja todennäköisesti myös sen monimediaiset muut osat – avaavat ihmisille mahdollisuuden kiintyä, ja ihmiset itse tarttuvat siihen. He kiintyvät, koska näkevät vaivaa sen eteen, että luovat jaettua historiaa näiden hahmojen kanssa. Koska *Pokémonin* tuoteperhe on aina kohdellut heitä *Pokémon*-kouluttajina, ja siinä roolissa he ovat keräilleet ja huolehtineet lukemattomista *Pokémoneista*.

Totta kai kiintymyksen taustalla on myös *Pokémonin* bisnesmalli, joka perustuu kiintymyksen välineellistämiseen: siihen, että tarjotaan pelaajille mahdollisuus osallistua tarinamaailman houkutuksiin, mutta vaaditaan rahaa jokaisesta osallistumisen palasesta – oli se sitten Happy Meal -lelu, tarra-arkki tai konsolipeli. Ja silloinkin, kun raha ei liiku, jokainen leikki ja fanien käymä keskustelu kehystyy *Pokémonin* kaupallisen kokonaisuuden ja siinä kuluttajille tarjotun kouluttajaposition sisään. Kuluttajista tulee kouluttajia, kouluttajista kuluttajia.

Kokemus medioidusta intiimiydestä on se, mitä kuluttajille pohjimmiltaan myydään. Tämä tunteen välineellistäminen ei kuitenkaan muuta sitä, että nämä tunteet – nämä kokemukset – ovat aitoja ja ilmiselvästi monille merkityksellisiä. Ne otetaan vakavasti tavalla, jolla vain leikki voidaan ottaa.

Pokémonin uusi aika

Aiemmat kaanoniksi vakiintuneet *Pokémon*-aiheiset tutkimukset painottuivat 2000-luvun alkuun – hetkeen, jolloin koko ilmiön nähtiin olevan jo loppuillaan. Kun aloin tutkia *Pokémonia* 2010-luvulla, *Pokémonissa* ja sen tutkimuksessa oli selvä suvantovaihe. *Pokémonin* suosion uusi nousu oli vasta tulossa, 20. juhlavuoden sekä *Pokémon GO:n* maailmanlaajuisen suosion siivittäminä. Alkuperäinen tavoitteeni olikin palauttaa *Pokémonia* tutkimuskohteena takaisin kulttuurintutkimukselliseen valtavirtaan. *Pokémon GO:n* jälkeen tämän tavoitteen eteen ei juuri tarvinnut tehdä töitä.

Työskentelyajankohtani vuoksi väitöskirjani onkin kiinnostavalla tavalla muodostunut sillaksi vanhan ja uuden *Pokémonin* välille, ja toivon, että tutkimustuloksillani on jotakin annettavaa molempien ymmärtämiselle. Vaikka kyse on monimutkaisista yhteisvaikutuksista, väitän, että tuoteperheen ilmiömäisyyden, pitkäikäisyyden ja uuden nousun ytimessä on yhä kiintymys, jota *Pokémon*-hahmot ihmisissä herättävät.

Totta kai vuonna 2023, elämme maailmassa, jossa monet muutkin teknologiset toimijat asettuvat vuorovaikutukseen kanssamme. Teknologia on merkittävä tunteiden herättäjä, muokkaaja ja kohde. Nyt, algoritmisten kielimallien, chatbotien, informaatiovaikuttamisen, sosiaalisen median tunneroihujen ja poliittisen trollauksen aikana, tämä tuntuu korostuneen entisestään. Väitöskirjani koskettaa tästä vain pientä kulmausta, mutta tarjoamalla sanastoa ja teoriaa sille, miten

elämme yhdessä koneidemme ja niiden tuottamien tunteiden kanssa, toivon, että osaltani voin edesauttaa kestävämpien ja kauniimpien tulevaisuuksien rakentamista.

Nyt jos koskaan elämme teknologisten affektien valtakautta. Eikä silloin ole pahitteeksi ymmärtää yhtä populaarikulttuurimme tunnepitoisimmista ja menestyksekkäimmistä digikulttuurisista mediateksteistä hieman paremmin.

Koski, Johannes. 2023. "Producing Affection: Affect and Mediated Intimacy in Pokémon." Tohtorinväitöskirja, Turun yliopisto. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-29-9366-6>.