

YouTuben leluvideoilmiö

Katsotuimpien lelukanavien sisällöt ja menestystekijät

Heidi Valtonen

Pro gradu -tutkielma

Turun yliopisto

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos

Kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen koulutusohjelma

Digitaalinen kulttuuri

Toukokuu 2018

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

TURUN YLIOPISTO

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos / Humanistinen tiedekunta

VALTONEN, HEIDI: YouTuben leluvideoilmiö – Katsotuimpien lelukanavien sisällöt ja menestystekijät

Pro gradu -tutkielma, 70 s., 14 liites.

Digitaalinen kulttuuri

Toukokuu 2018

Pro gradu -tutkielmani aiheena on YouTuben leluvideoilmiö, joka on noussut suosioon leikki-ikäisten lasten keskuudessa vuodesta 2010 lähtien. Käsittelen työssäni myös osallistuvan kulttuurin ja digitaalisen leikin käsitteitä. Tutkimuksessani käytän kahdenlaista aineistoa: videomateriaalia sekä aikalaislähteitä, kuten uutisartikkeleita ja blogikirjoituksia leluvideoilmiöstä ja sen katsotuimmista kanavista.

Videoaineistosta tutkin sisällönanalyysin ja -erittelyn keinoin kuutta katsotuinta lelukanavaa. Analysoin kanavien kymmentä eniten näyttökertoja saanutta videota selvittäen millaiset sisällöt ja tekijät voivat vaikuttaa niiden menestykseen. Lisäksi vertailen millaisia yhteisiä elementtejä ja eroavaisuuksia niistä löytyy. Sovelsin Marina Ramos-Serranon ja Paula Herrero-Dizin *Unboxing and brands: Youtubers phenomenon through the case study of EvanTubeHD* -tutkimusartikkelin kategorijaottelua löytäen videoaineistosta yhdeksän erilaista teemaa: unboxing, tutoriaali, tuoteanalyysi, tuotevalikoima, tarina, tuotevertailu, leikkihetki, oppiminen ja haaste.

Videoiden sisällön ohella tutkin leluvideoiden ilmiön kehitystä, siihen vaikuttaneita taustatekijöitä sekä ilmiössä mukana olevia toimijoita ja heidän motiivejaan aikalaislähteiden avulla. Artikkeleita ja blogikirjoituksia löytyi vuodesta 2013 lähtien ja viimeisimmät ovat huhtikuulta 2018. Niiden pohjalta jaoin leluvideoilmiön kolmeen vaiheeseen: Varhaiset tekijät 2010–2012, Suosio kasvaa 2013–2014 sekä Uudet tekijät ja haasteet 2015–2018. Erilaisia ilmiöön osallistuvia tahoja havaitsin neljä: tekijät, katsojat, leluvalmistajat ja YouTube-verkostot.

Asiasanat:

YouTube, leluvideot, lelut, lapset, unboxing, digitaalinen leikki, osallistuva kulttuuri, tubettaminen

YouTube'n leluvideoilmiö

Katsotuimpien lelukanavien sisällöt ja menestystekijät

1. Johdanto	1
1.1 Tutkimuskysymykset	2
1.2 Tutkimusaineisto ja -metodi.....	3
1.3 Aikaisempi tutkimus.....	5
1.4 Teoreettinen viitekehys ja keskeiset käsitteet	6
1.5 Tutkimuseettiset kysymykset.....	10
2. YouTube ja lapset	12
2.1 YouTube'n käyttöliittymän yksinkertaisuus ja helppokäyttöisyys.....	13
2.2 YouTube Kids – Lapsille tehty sovellus	16
2.3 Elsagate – Huomio sopimattomiin sisältöihin.....	17
2.4 YouTube lapsityövoiman tiedottajana ja mahdollistajana.....	18
3. Leluvideoilmiön synty ja kehitys	20
3.1 Varhaiset tekijät 2010–2012	22
3.2 Suosio kasvaa 2013–2014	24
3.3 Uudet tekijät ja haasteet 2015–2018	25
3.4 Leluvideoilmiö Suomessa.....	26
3.5 Lelukanavien kehitys	27
4 Leluvideoilmiöön osallistuvien roolit ja motiivit	29
4.1 Tekijät – Harrastuksesta tuottavaksi työksi	30
4.2 Katsojat – Oman elämän reflektointia leluvideoiden kautta.....	32
4.3 Leluvaikeudet – Uudenlaisia markkinointia ja tuotekehitystä.....	34
4.4 YouTube-verkostot – Tubettajien ja yritysten kumppanit.....	36
5. Katsotuimpien kanavien ja videoiden sisältöjen vertailu	38
5.1 Leluvideokanavien taustat ja sisällöt.....	39
5.2 Sisältöjen teemat ja äänimaailma	45
5.3 Tunnetut hahmolelut ja brändit merkittävässä roolissa	49
5.4 Tilaajien ja näyttökertojen merkitys lelukanavissa.....	52
6. Lopuksi	54

Liite 1. Lelukanavien videoaineiston sisällönanalyysin kysymykset

Liite 2. Aineistoni lelukanavien perustiedot 8.10.2017

Liite 3. Ryan ToysReview -kanavan 10 katsotuinta videota

Liite 4. Fun Toys Collector Disney Toys Review -kanavan 10 katsotuinta videota

Liite 5. Baby Big Mouth -kanavan 10 katsotuinta videota

Liite 6. Blu Toys Club Surprise -kanavan 10 katsotuinta videota

Liite 7. [토이푸딩] Toy-Pudding TV-kanavan 10 katsotuinta videota

Liite 8. DCToys Sandaroo Kids -kanavan 10 katsotuinta videota

1. Johdanto

Aloin kummastella lelukanavia syksyllä 2014, jolloin 3-vuotias poikani oli iPadilta päätenyt painelemaan videoiden esikatselukuvia YouTubeessa. Erääällä englanninkielisellä videolla näkyi naisen kauniit ja huolitellut kädet, jotka avasivat lelulaatikkoja ja tekivät muoviluvahajäätelöä. Tämän jälkeen lapseni omatoimisesti siirtyi YouTubeen antamien ehdotusten myötä eteenpäin seuraaville leluvideoille. Äidin roolissa ilmiö on hämmästyttänyt ja kummastuttanut jo useamman vuoden, ja opiskelun ohella olen myös testannut lapsille tarkoitetun YouTube-kanavan ylläpitoa.

Ensimmäiset aiheen piirissä tehdyt haut toteutin keväällä 2015 ”Nuoret some-julkikkiset” -kurssia varten tutkien Fun Toys Collector Disney Toys Review ja Blu Toys Club Surprise -lelukanavien tekijöiden asemaa some-julkikkiksina. Silloin ei ollut vielä tietoa vasta perustetusta, mutta tätä tutkimusta kirjoittaessa kaikkien aikojen katsotuimmasta Ryan Toys Review -lelukanavasta. Vietettyäni kolme vuotta aiheen parissa hämmästelen yhä, miten YouTubeen leluvideoilmiötä ei ole Suomessa nostettu esiin Tubeconin Vuoden lelukanava -palkinnon saajia, ja Elsagate-ilmiöllä (ks. luku 2.3) pelottelua enempää. Ilmiö on herättänyt myös negatiivista keskustelua, ja leluvideoita on mediassa kutsuttu mm. taaperoiden huumeeksi ja digitaalisiksi lastenvahdeiksi ¹.

Huhtikuussa 2016 YouTubeen sadasta katsotuimmasta kanavasta joka viides oli leluihin tai muuten lapsille suunnattu kanava. Menestyksekkäimmät lelukanavat ovat tehneet lapsista, tai ainakin heidän vanhemmistaan, miljonäärejä yhteistyösopimusten ja videoiden yhteydessä esitettävien mainosten ansiosta. Britanniassa 3–7-vuotiaiden lasten vanhemmille tehdyn *Children and Parents: Media Use and Attitudes Report 2016* -kyselyn mukaan leluvideoita ei arvioitu omaksi kategoriaksi, kun vanhemmilta kysyttiin millaista sisältöä lapset katsovat YouTubeesta. Sen sijaan *unboxing*-videot² mainittiin saaden 26–28 % osuuden (Taulukko 1). ³

¹ MarketWatch 7.4.2015, <https://www.marketwatch.com>.

² Oxfordin sanakirjan mukaan unboxing tarkoittaa tekoa tai tapahtumaa, jossa yleensä vastikään ostettu tuote poistetaan sen alkuperäisestä pakkauksestaan ja tutkitaan sen ominaisuuksia. Oxford Dictionary, <https://en.oxforddictionaries.com>. Lisätietoa *unboxing*-käsitteestä löytyy luvusta 1.4.

³ Ofcom 2017, 69–70, <https://www.ofcom.org.uk>.

Taulukko 1. *Children and Parents: Media Use and Attitudes Report 2016* -raportin tuloksissa mainitut sisällöt, joita 3–7-vuotiaat lapset katsovat YouTubesta sivuston tai sovelluksen kautta ⁴.

Sisältö	3–4-vuotiaat 246 kpl	5–7-vuotiaat 207 kpl
Hauskat videot, vitsit, jekut, haasteet	42 %	53 %
Musiikkivideot	28 %	47 %
Pelitutoriaalit, läpipelut, muiden pelaamisen katselua	12 %	40 %
Tutoriaalit harrastuksista, urheilusta tai muista kiinnostuksen kohteista	16 %	28 %
Kokonaiset ohjelmat, elokuvat, piirretyt, lyhytelokuvat, animaatiot, laulut	75 %	57 %
Vlogaajat tai tubettajat	7 %	13 %
Trailerit, lyhyet klipit, parhaat palat	12 %	20 %
Unboxing-videot	28 %	26 %

Tämä Ofcom-kyselyn kategorisointi herättää kysymyksiä: eikö miljoonia näyttökertoja saavia lelukanavia ja -videoita tunnisteta omaksi kategoriakseen vai kokevatko vanhemmat leluvideoiden sisällön kuuluvan joihinkin muihin ryhmiin? Itse päätin käsitellä asiaa nimenomaan leluvideoilmiönä, mikä mahdollisti selkeän aineistorajauksen (ks. luku 1.2).

1.1 Tutkimuskysymykset

Tutkimuskysymyksiin vastaamalla tuon esille jotain aiemmin ymmärtämättä jäänyttä ihmillistä ja arkipäiväistä todellisuutta digitaalisen kulttuurin kentältä. Tutkimuskysymyksetni ovat: Millaiset sisällöt ja tekijät vaikuttavat leikki-ikäisiin⁵ lapsiin vetoavien YouTube leluvideoiden suosioon? Millaisia yhteisiä elementtejä ja eroavaisuuksia niissä on?

Lisäksi havainnollistan leluvideoiden ilmiön syntyä ja tutkin mukana olevia osallistujia alakysymyksillä: Milloin leluvideot alkoivat ilmestyä ja mitkä taustatekijät vaikuttivat niiden suosion kasvuun? Millaisia osallistujia leluvideoilmiön ympärillä on ja mitkä ovat heidän osallistumisen motiivit?

⁴ Ofcom 2017, 69–70, <https://www.ofcom.org.uk>.

⁵ *Leikki-ikä* on ikä, jolloin lapsi leikkii paljon. Varsinkin kouluikä lähinnä edeltävä ikäkausi. Kielitoimiston sanakirja 31.3.2018, <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/leikki-ikä>.

1.2 Tutkimusaineisto ja -metodi

Saadakseni kattavan kuvan niin leluvideoilmiön synnystä ja kehityksestä kuin videosisältöjen suosioista käytän tutkimuksessani kahdenlaista aineistoa. Aikalaislähteeni liittyvät suoraan tutkittavaan aikakauteen tai tapahtumaan. Niitä ovat verkosta leluvideoista kerrotut uutisartikkelit ja blogikirjoitukset, joita löytyi vuodesta 2013 lähtien. Tuoreimmat artikkelit ovat joulukuulta 2017.

Videoaineiston osalta olen tutkimusstrategiaksi valinnut tapaustutkimuksen. Sen sijaan, että tutkisin hyvin laajaa aineistoa tilastollisesti, niin paneudun omassa laadullisessa tutkimuksessani muutamiin tapauksiin syvällisesti. Tutkimukseni kohteena ja lähteenä on YouTube ja sen kuuden katsotuimman leluvideokanavan kymmenen eniten näyttöker-toja saanutta videota.

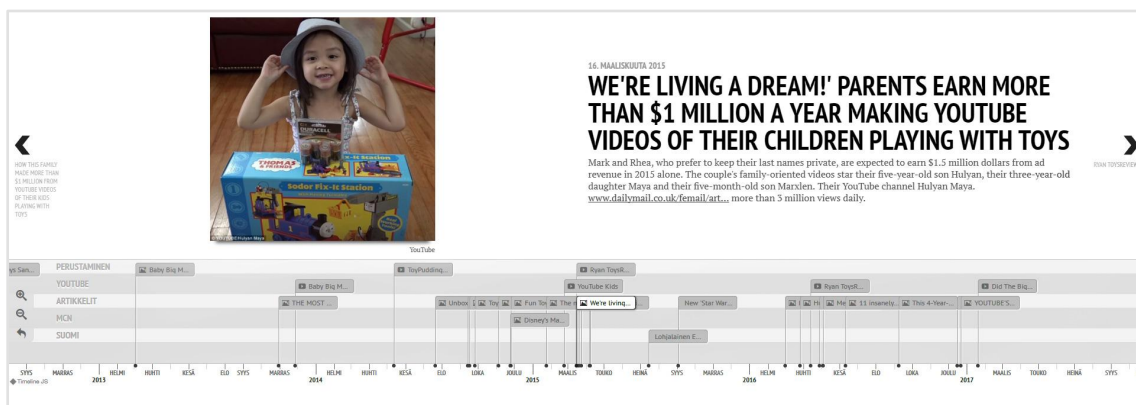
Tutkin videoiden sisältöjä sisällönanalyysin keinoin, sillä se mahdollistaa toistuvien teemojen, tyylien ja elementtien erittelyn tehden näkyväksi toiston ja se myös helpottaa aineiston luokittelua. Sisällönanalyysi mahdollistaa yleiskuvan muodostamisen. Multimodaalisia nettiaineistoja tutkittaessa on hyödyllistä liikkua näkökulmasta toiseen hyödyn-täen monia analyysimenetelmiä ja pitäen tulkinta liikkeessä.⁶

Etsin Googlesta aikalaislähteitä eli blogi- ja uutisartikkeleita, jotka kertovat aineistoni leluvideoilmiöstä. Googlen ohella löysin sopivia artikkeleita tutkimuskirjallisuuden lähteistä. Aiheen tutkimusta aloittaessani vuonna 2015 olin pitkälti englanninkielisten uutissivustojen artikkelien sekä tilastosivustojen varassa selvittäessäni ilmiön alkuvaiheita ja suosion kasvua. Artikkelien määrä lisääntyi ja sisältö monipuolistui vuoden 2017 aikana. Aikalaislähteet kulkevat mukana läpi koko työn ja vertailen niiden sisältöjä tutkimuskirjallisuuden kanssa sekä videoaineistoni kanssa. Pääasiassa artikkeliaineistoja käsittelevät luvut 2–4. Otan esille myös artikkeleissa esi-merkkeinä mainittuja varhaisia leluvideoilmiön kanavia, kuten EvanTubeHD, nostaten niitä valitse-mieni kuuden katsotuimman leluvideokanavan sisältöjen rinnalle.

Aikalaislähteitä etsiessäni käytin Googlessa hakutermeinä aineistoni leluvideoilmiön nimiä. Tutkimusartikkeleiden lähteistä löysin linkkejä leluvideoita käsitteleviin uutisiin sekä tie-toa leluvideoiden tekijöitä itseään inspiroineista kanavista. Lisäsin tiedonhakuuni aiheeseen liittyviä ja tutkimusartikkeleista havaitsemiani termejä, kuten *YouTube Kids*, *Digi-toddlers* ja *Toy unboxing*. Hahmottaakseni leluvideoilmiön syntyä sekä siihen liittyvien artikkelien ilmestymistä kokosin aikajanan (Kuva 1), johon liitin aineistoni leluvideoilmiön perustamisajankohdat, ensimmäisten leluvideoiden julkaisut, artikkelit niiden

⁶ Paasonen 2013.

ilместymisajankohtanaan sekä muita ilmiöön liittyviä ajankohtia, kuten YouTube Kids -sovelluksen ilместymisen.



Kuva 1. Kuvakaappaus uutisartikkeleista ja blogeista koostuvan aineiston aikajanasta⁷. Se auttoi hahmottamaan ilmiön eri vaiheita ja palaamaan niistä kertoviin artikkeleihin helposti.

Videoaineistoksi valitsin Social Blade -sivuston avulla YouTuben näyttökerroiltaan kaikkien aikojen katsotuimpia lelukanavia ja niistä jokaisesta 10 eniten näyttökertoja saanutta videota. Valitsin alun perin tutkittaviksi seuraavat leluvideokanavat: Baby Big Mouth, Blu Toys Club Surprise, DisneyCarToys, Family Fun Pack, Fun Toys Collector Disney Toys Review, Ryan ToysReview ja [토이푸딩] ToyPudding TV. Näistä jätin lopulta pois FamilyFunPack-kanavan, sillä kanava oli poistanut kymmenestä katsotuimmasta videosta viisi ennen kuin ehdin perehtyä videoiden sisältöihin. Näin ollen kyseinen aineisto ei ollut enää vertailukelpoinen tilastotiedoiltaan eikä sisällöltään muiden kanavien kanssa. DisneyCarToys vaihtoi kanavansa DCToys Sandaroo Kids -nimiseksi, mutta muutoksen yhteydessä videoita ei oltu poistettu. Tarkempia havaintoja kanavista löytyy luvusta 5.1 sekä liitteistä 3–8.

Rajasin tutkimukseni koskemaan vain YouTuben leluaiheisia kanavia ja videoita eli jätin esim. Vimeo- ja Dailymotion-videopalvelut pois. Aineistosta rajasin pois myös muita leikki-ikäisille lapsille suunnattuja kanavia, joissa ei keskitytä lelujen unboxing-, rakentelu- tai leikkimisvideoihin. Tällä perusteella aineistosta rajautui mm. DCTC Toy Channel, joka sisälsi myös lelujen unboxing-videoita, mutta kanavan katsotuimmat videot olivat muovailuvaha-animaatioita. Muita lapsille suunnattuja ja pois jätettyjä kanavia olivat ne, jotka sisälsivät esim. lastenlauluvideoita ja lasten pitämiin hahmoin pukeutuneiden henkilöiden – etenkin Hämähäkkimiehen ja Elsan – toteuttamat tempaukset, jotka välillä koettelevat rajoja hyväksytyyn ja sopimattoman sisällön kanssa (ks. luku 2.3). Kaikissa

⁷ Aikajana löytyy osoitteesta: <https://cicatus.fi/aikajana>.

valitsemisani kanavissa ja niiden videoissa näkyvä ihminen (tai ainakin hänen kädet) sekä lelu.

Pyrin selvittämään sisällönanalyysin keinoin millaisista elementeistä paljon näyttökertoja saaneet leluvideot rakentuvat ja millaisia merkityksiä niillä voi olla ilmiön ja kyseisen kanavan suosioon. Määrällisen sisällön erittelyn keinoin järjestelen ja luokittelen videoissa usein toistuvia elementtejä. Hyödynnän *Unboxing and brands: Youtubers phenomenon through the case study of EvanTubeHD* -tutkimusartikkelissa mainittuja ratkaisuja ja sisällönanalyysimalleja. Tarkempaa tietoa videoiden sisällönanalyysistä löytyy luvusta 5 ja liitteestä 1.

Molempien aineistojen avulla teen havaintoja, ja kuvailen digitaalisen kulttuurin uutta leluvideoilmiötä sekä siihen vaikuttaneita tekijöitä.

1.3 Aikaisempi tutkimus

Valitsemani tutkimuskirjallisuus painottuu YouTubeen, leluihin ja unboxing-ilmiöön. Kävin läpi YouTubeen liittyvää kirjallisuutta, kuten Patricia G. Langen *Kids on YouTube*⁸ ja Burgess & Green: *YouTube – Digital media and society series*. Edellä mainituissa teoksissa ei käsitellä leikki-ikäisiä lapsia YouTubeen käyttäjinä, mutta etenkin vuosina 2016–2017 ilmestyi YouTubeen ja lapsiin sekä leluvideoihin liittyviä tutkimusartikkeleita, jotka auttoivat eteenpäin tutkimuksessa.

Marina Ramos-Serrano ja Paula Herrero-Diz julkaisivat toukokuussa 2016 tutkimusartikkelin *Unboxing and brands: Youtubers phenomenon through the case study of EvanTubeHD*. Tutkimuksessaan heillä on hypoteesi ”Mitä suurempi suosio kanavalla, niin sitä suurempi kiinnostus brändeihin ja sitä enemmän brändejä monipuolistuneessa sisällössä”. Aineistona heillä on EvanTubeHD-kanavan 50 ensimmäistä videota ja 50 uusinta videota. Niitä käsitellään sisällönanalyysin keinoin yrittäen tunnistaa videoissa esiintyviä tyypillisiä elementtejä.

Lähes kaikissa (48/50) EvanTubeHD-kanavan uusimmissa videoissa on jokin brändin nimi mainittuna videon otsikossa. Suurin osa brändeistä kuuluu lelu- ja viihdeteollisuudelle. Videoiden sisältö on monipuolistunut ja niiden julkaisu on säännöllisempää kuin ensimmäisten 50 videon osalta. Sisällön monipuolistumisesta huolimatta suurin osa videoista on edelleen kategoriassa tuoteanalyysi, joiden ansiosta Evanin kanava tuli suosituksi. Sisällönanalyysiin perustuen tutkijat Ramos-Serrano ja Herrero-Diz pystyvät

⁸ Lange on tutkinut miten ja miksi 10–18-vuotiaat lapset ja nuoret käyttivät YouTubea Yhdysvalloissa vuosina 2006–2008. Tässä vaiheessa leluvideoilmiö ei ollut vielä käynnistynyt ja nk. digitaaliperokausi (ks. luku 2) oli vasta syntynyt.

vahvistamaan esittämänsä hypoteesinsa olevan oikeassa: Kun YouTube-kanavan suosio ja tilaajien määrä kasvaa, niin kiinnostus brändeihinkin kasvaa. Tubettaja on mielipidevaikuttaja, mikä herättää yrityksissä kiinnostusta.

Tutkimusartikkelissa mainitaan käsitteenä yleisesti tubettajat (eng. *youtubers*) ja tarkennettuna Bielin & Gatica-Perezin jaotteluun perustubettajat (*standard youtuber*) ja erityistubettajat (*special youtuber*). Perustubettajat luovat ja julkaisevat videoita jakaakseen niitä ystävilleen ja sukulaisilleen, kun puolestaan erityistubettajien videojulkaisuilla on jokin päämäärä. Se voi olla tavoite saada lisää tilaajia, jakoja ja kommentteja.⁹

Langen [2007] tekemään jaotteluun pohjautuen YouTube'n yksityiset, ilman yritystaustaa olevat osallistujat voidaan jakaa viiteen kategoriaan: 1. entiset osallistujat, 2. peruskäyttäjät, 3. aktiiviset osallistujat, 4. tubettajat (YouTubers/tubers), 5. YouTube-kuuluisuudet. Yrittäjämäisesti toimivat tubettajat voivat opettaa – ei niinkään rahan ansaitsemista – vaan kuinka rakentaa merkityksellistä läsnäoloa ja innostuvaa osallistuvaa yleisöä osallistuvan kulttuurin media-alustalla.¹⁰

Lange tutki kahden vuoden ajan ns. YouTube'n kiintymyksen videoita (eng. *videos of affiliation*)¹¹. Kiintymys tarkoittaa monenlaisia asioita: tunnetta yhteisön jäsenyydestä, ihmisten, esineiden tai ideoiden vetovoimaa. Se saattaa tarkoittaa myös kiintymystä harrastuksiin, instituutioihin tai ideologioihin. Leluvideoilmiön osalta kiintymys voi kohdistua videoilla esiintyviin ja mahdollisesti samaistuttaviin ihmisiin, harrastustoimintaan eli leikkimiseen sekä videoissa näkyviin esineisiin ja paikkoihin, joita pääsääntöisesti ovat lasten kiinnostuksen kohteet: lelut ja makeiset sekä leikkipaikat.

1.4 Teorettinen viitekehys ja keskeiset käsitteet

Käsittelen työssäni miten osallistuvan kulttuurin yhteisöksi ja alustaksi määritellyn YouTube'n konseptiin liittyy leluvideokanavat ja niiden lapsikatsojat. Kerron myös, miten leluvideoilmiötä käsitellään digitaalisena leikkinä, jossa unboxing-videoilla on merkittävä rooli.

Osallisuus ja jakaminen ovat mahdollistaneet YouTube'n kaltaisten luovien yhteisöjen syntymisen. YouTube on osallistuvan kulttuurin alusta, jossa amatöörivideot ovat päässeet suureen suosioon ilman sopimuksia, oikeuksien myymistä ja yritysten välikäsiä. Henry Jenkinsin mukaan osallistuvan kulttuurin jäsenet havaitsevat yhteisön, jossa he

⁹ Biel & Gatica-Perez 2011, 15.

¹⁰ Burgess & Green 2009, 93 & 105.

¹¹ Lange 2009, 71.

voivat osallistua vuorovaikutukseen muiden kanssa, esimerkiksi jakamalla tietoa ja taitoja ¹².

Osallisuuden kulttuurin yhteydessä osallistuminen ja osallisuus tarkoittavat merkittävällä tavalla eri asioita. *Osallistuminen* tarkoittaa mukanaoloa tilanteessa, joka on toisten ihmisten järjestämä ja johon ei ole juurikaan vaikuttanut millään tavalla. *Osallisuus* tarkoittaa omaa kokemusta asioihin vaikuttamisesta sekä tästä kokemuksesta juontuvaa sitoutumista. ¹³ Sara Sintonen on jaotellut selkeästi osallistumisen ja osallisuuden erot alla olevassa taulukossa:

Taulukko 2. Osallistumisesta osallisuuteen¹⁴.

Osallistuminen	Osallisuus
Opitaan tietämään ja taitamaan	Opitaan määrittelemään ja soveltamaan
Passiivinen vastaanotto	Aktiivinen vastaanotto
Toistaminen	Tuottaminen
Vetäydytään auktoriteettien taakse	Vastataan omien määritelmien seurauksista
Toistava luova tuottaminen	Uutta luova tuottaminen

Leluvideoilmiön osalta tämä osallistuva kulttuuri jää pitkälti leikki-ikäisten katsojien osalta pelkäksi osallistumiseksi, sillä heillä ei vielä ole tietoja ja taitoja hyödyntääkseen osallisuuden mahdollisuuksia. Samoin sosiaalisen median kommentoinnin, tykkäämisen ja jakamisen perusidea jää toteutumatta lasten katsoessa videoita yksi toisensa perään – kuten passiivisesti televisiosta. Toisaalta osallisuutta on havaittavissa leluvideoilta matkittavien puheiden ja tekojen soveltamisessa myös lapsen omissa leikeissä ¹⁵.

Leikkiminen yleisemmin on kuulunut merkittävänä osana internetin käyttöön ja kulttuureihin sen alkua ajoista lähtien. Pelaaminen ja leikkiminen internetissä ovat miljoonien käyttäjien harrastus, jolla on myös suuri kaupallinen merkitys. Netin käytön lähtökohta on ollut viihtyminen, mutta leikkiminen ja pelaaminen ovat muokanneet ajatusta internetistä sellaisena mediana, jossa käyttäjien oma aktiivinen panos on ratkaiseva uuden sisällön ideoinnissa, kokeilemisessa, tuottamisessa ja arvioimisessa. ¹⁶

¹² Jenkins 2006, 241.

¹³ Sintonen 2012, 18.

¹⁴ Sintonen 2012, 47.

¹⁵ Huffington Post 26.9.2014, <http://www.huffingtonpost.co.uk>.

¹⁶ Saarikoski et al. 2009, 261, 264.

Ennen leluvideoilmiön alkua Reeli Karimäki totesi vuonna 2007 leikkimisen olevan lasten omaa kulttuuria samoin kuin leikkien dokumentoinnista syntyneet tuotokset. Niitä ei ole tarkoitettu säilytettäväksi seuraaville sukupolville tai esitettäväksi katsojille, toisin kuin aikuisten luoma kulttuuri on. Lapset dokumentoivat leikkejään lähinnä itseään varten.¹⁷ Katriina Heljakka on tutkinut leluleikkijöiden itse tuottamia audiovisuaalisia tarinoita YouTube:ssä sekä sosiaalisessa mediassa näytön välityksellä tapahtuvaa leikkiä¹⁸. Hänen mukaansa lelusta on tullut paitsi luovan ilmaisun väline myös kaikenikäisten sosiaaliseen kanssakäymiseen kannustava media¹⁹. Heljakan mukaan kuvaustilanne edustaa leikkiä paitsi luonnolle ja leikkijälle, myös tapahtumaa etäämmältä tarkastelevalle katsojalle. Näin ollen se lähentyy tekona performanssia, johon osallistuvat leikkijä ja lelu sekä mahdollinen ulkopuolinen katsoja. Tilanteesta jää jäljelle dokumentaarinen aineisto, jota voidaan yhtäältä tarkastella leikkutilanteen konkreettisenä lopputuloksena, toisaalta onnistuessaan taiteellisenä teoksena.²⁰ Sara Sintosen näkemyksen mukaan lapset eivät kuitenkaan tee ”teoksia” eikä niitä voida määritellä ja arvioida objekteina yrittäen ymmärtää niiden sisältöjä²¹.

Heljakan toteaa lelun parissa tapahtuvan kuvattun leikin siirtyvän sosiaalisen leikin kenttään, sillä leluvideojen tuottaminen sisältää lähtökohtaisesti ajatuksen siitä, että leikkitahtuma halutaan jakaa ja esittää eteenpäin kutsuna leikkiin.²² Joissakin leluvideoissa toivotetaan katsoja ensin tervetulleeksi ja päätteeksi kiitetään katsomisesta, pyydetään tykkäämään ja/tai tilaamaan kanava sekä katsomaan myös muita kanavalta löytyviä videoita (Liite 3). Näin digitaalinen leluleikki voi jatkua helposti eteenpäin.

Kun suosittuja YouTube-kanavien lapsia kuvataan monenlaisissa eri tilanteissa, oli kyseessä sitten uusien lelujen saanti, ruokakaupassa käynti tai ulkoleikit takapihalla, niin jotkut lapsikatsojat ovat alkaneet leikkiä, että heitäkin kuvattaisiin jatkuvasti. Leikissä he puhuvat mielikuvitusyleisölleen.²³

Leikkijöiden tuottamat leluaiheiset representaatiot useimmiten kertovat kuka leikkii, millä leikkii ja miten lelua leikissä käyttä. Ne dokumentoivat leikin ja tarjoavat muille mahdollisuuden osallistua leikkiin katsojana.²⁴ Aineistoni videot ovat kaikki aikuisten kuvamia, editoimia ja julkaisemia ja ne kaikki sisältävät aikuisia ja/tai lapsia leikkimässä leluilla. Osa lelukanavista on tehnyt yhteistyösopimuksia mm. YouTube-verkoston

¹⁷ Karimäki 2007, 45–46.

¹⁸ Heljakka 2013; Heljakka 2016.

¹⁹ Heljakka 2013.

²⁰ Ibid.

²¹ Sintonen 2018.

²² Heljakka 2013.

²³ The Washington Post 7.12.2016, <http://www.washingtonpost.com>.

²⁴ Heljakka 2013.

kanssa, jonka seurauksena myös ulkopuoliset henkilöt tulevat mukaan suunnittelemaan ja toteuttamaan leluvideoita (ks. luku 4.4).

Katriina Heljakka uskoo nykyaikaisen digitaalisen leikin kytkeytyneen tavalla tai toisella näyttöihin ja kutsuu tätä nimellä *screen play*. Palveluntarjoajat kuten Flickr ja YouTube mahdollistavat leikin jakamisen sosiaalisessa mediassa kuvina ja videoina. Heljakan leikin ekosysteemi -käsite koostuu neljästä tekijästä: tuotanto (eng. *production*), tuotteet (*products*), teknologia (*technology*) ja osallistujat (*players*)²⁵. Gradussani keskityn tutki- maan leikin ekosysteemistä (sisällön-)tuotantoa eli yksityisten ihmisten tekemiä videoita, ja ilmiön osallistujia (ks. luku 4). Teknologia pohjautuu YouTubeen, ja tuotteet ovat eri- laiset lelut painottuen erityisesti hahmo- ja brändileluihin.

Leluvideoihin liittyvässä tutkimuskirjallisuudessa sekä videoiden sisällöissä toistuu usein unboxing. Oxfordin sanakirjan mukaan *unboxing* tarkoittaa tekoa tai tapahtumaa, jossa yleensä vastikään ostettu tuote poistetaan sen alkuperäisestä pakkauksestaan ja tutki- taan sen ominaisuuksia. Yleensä tapahtuma videoidaan ja jaetaan sosiaalisen median sivulle.²⁶ Unboxing-sanalle ei vielä löytynyt suomennosta Kielitoimiston eikä MOT-palve- lun sanakirjoista. Radio Novan uutisartikkeli oli käyttänyt suomennosta lainausmerkeissä ”epälaatikoittaa” ja myöhemmin ”unboxaa”²⁷. Bloggaaja Kasper Strömman on avannut unboxing-käsitettä sanoilla ”ensireaktiot laatikon äärellä”²⁸. YouTuben kaltaisilla sosiaa- lisen median alustoilla toimivat unboxaajat edustavat osajoukkoa sisällöntuottajista. Hei- dän unboxing-videoita kutsutaan sosiaalisen median viihteeksi (eng. *social media enter- tainment, SME*).²⁹ Unboxingin synonyymeina esiintyy joskus *unpacking* ja *unwrapping*, joista jälkimmäisellä viitataan erityisesti yllätysmunien avaamiseen³⁰.

Children and Parents: Media Use and Attitudes Report 2016 -raportissa kerrotaan, että 27 % brittiläisistä 3–7-vuotiaista lapsista nauttii unboxing-videoiden katselusta³¹. Family Toys Collector -lelu-kanavan ylläpitäjä Mark Buissink kuvaa lelujen unboxing-videoita seuraavasti: *Unboxing-videot näyttävät yleensä kaksi kättä avaamassa yhtä tai*

²⁵ Heljakka 2016.

²⁶ YouTuben unboxing-genren on arvioitu alkaneen vuonna 2006, jolloin YouTubessa unboxit- niminen kanava julkaisi Nokia E61 -kännykän unboxing-videon. Ennen YouTubea unboxing-toi- mintaa on harrastettu raportoimalla tapahtumaa vaihe vaiheelta kuvaten ja kirjoittaen blogeja, esim. Engadget-verkkolehden kirjoitetussa artikkelissa Nintendo DS purettiin laatikosta käyt- täen termiä ”unpacking”. Varhaisin unboxing-video on tiettävästi vuonna 1978 elämänsä ja tv- ohjelmia betamaxille tallentanut Ray Glasser nauhoitti videon itsestään avaamassa uutta Sony Betamax SLO-320 -tuotepakkausta. Ks. Know Your Meme 2.6.2010, <http://knowyourmeme.com>; Engadget 9.11.2004, <https://engadget.com>; MEL Radio 16.3.2016, <https://melmagazine.com>.

²⁷ Radio Nova 5.8.2016, <http://www.radionova.fi/uutiset>.

²⁸ Kasper Diem -blogi 10.3.2016, <http://kasperstromman.com>.

²⁹ Craig & Cunningham 2017, 78.

³⁰ TubularInsights 19.12.2014, <http://tubularinsights.com>.

³¹ Marsh et al. 2017, 13.

useampaa lelua kameran edessä. Jotkut puhuvat avatessaan, joillakin on taustamusiikkia. (...) Lapset voivat helpostikin viettää tunnin tabletillaan katsoen näitä videoita. ³²

Omassa tutkimuksessani *unboxing* tarkoittaa YouTuben leluvideoilla tapahtuvaa lelu-pakkausten avaamista, niiden sisältöjen ja osien esittelyä kameralle, kokoamista ja valmiin lelun esittelyä kameralle. Tämän lisäksi olen laskenut unboxing-toiminnaksi myös yllätysmunien avaamiset sekä käytettyihin tai itse tehtyihin pakkauksiin uudelleen piilotetut leluyllätykset, mukaan lukien Play-Doh-muovailuvahaan piilotettujen lelujen löytäminen.

Mark Buissink arvioi, että vanhemmilla voi olla joskus syyllisyyden tunnetta, kun antavat lasten katsoa unboxing-videoita. Pienet lapset eivät ole vielä kehittäneet itsereflektiivisyyttä³³, joten kun he katsovat lelujen unboxing-videoita, se tuntuu heistä siltä kuin he leikkisivät niillä itse.³⁴ Tästä Buissinkin esittämästä tulkinnasta en löytänyt tutkimusta, mutta olisi mielenkiintoista perehtyä pitääkö väite paikkaansa. Toimittaja Nicole Chettle totesi vuonna 2015, että vielä ei ole todisteita lelujen unboxing-videoista haitallisuudesta. Ovatko ne viatonta hupia vai antavatko ne haitallisia vaikutteita lapsille? Hän ironisesti arveli vastauksen löytyvän ”outside the box”.³⁵ Sen sijaan tutkimukset ovat osoittaneet positiivisen korrelaation lapsen varhaisen iän internetin käytön välillä sekä kielellisten ja akateemisten saavutusten välillä³⁶. Suomessa sosiaalista mediaa ollaan syytetty vanhempien ajan viemisestä, jonka seurauksena lapset oppivat puhumaan hitaammin, kun vanhempien ja lasten välinen vuorovaikutus on vähentynyt³⁷.

1.5 Tutkimuseettiset kysymykset

Tutkimukseni aineistossa on mukana alaikäisiä lapsia, jotka esiintyvät YouTube-kanavillaan omilla kasvoilla ja usein etunimellään. Aineistooni sisältyy useita artikkeleita, joissa vanhemmat kertovat haluavansa pitää tunnettujen lapsitubettajien tarkat henkilö- ja osoitetiedot salassa. Esimerkiksi EvanTubeHD-kanavaan liittyvässä artikkelissa mainitaan,

³² Spielwarenmesse 4.5.2016, <https://www.spielwarenmesse.de>.

³³ Itsereflektioksi kutsutaan oppimisen psykologiassa mietiskelyä, harkintaa, heijastusta, jonka avulla oppija heijastaa oppimansa käsityksen näkyviin, jotta sitä voi paremmin tarkastella ja tarvittaessa muuttaa sitä. Reflektiossa oppija tarkastelee ja käsittelee uusia kokemuksiaan voidakseen muodostaa uutta tietoa tai uusia näkökulmia aikaisempiin tietoihinsa. Tampereen yliopiston täydennyskoulutus 2002, <http://www15.uta.fi/arkisto>.

³⁴ Spielwarenmesse 4.5.2016, <https://www.spielwarenmesse.de>.

³⁵ The New Daily 26.6.2015, <https://thenewdaily.com.au>.

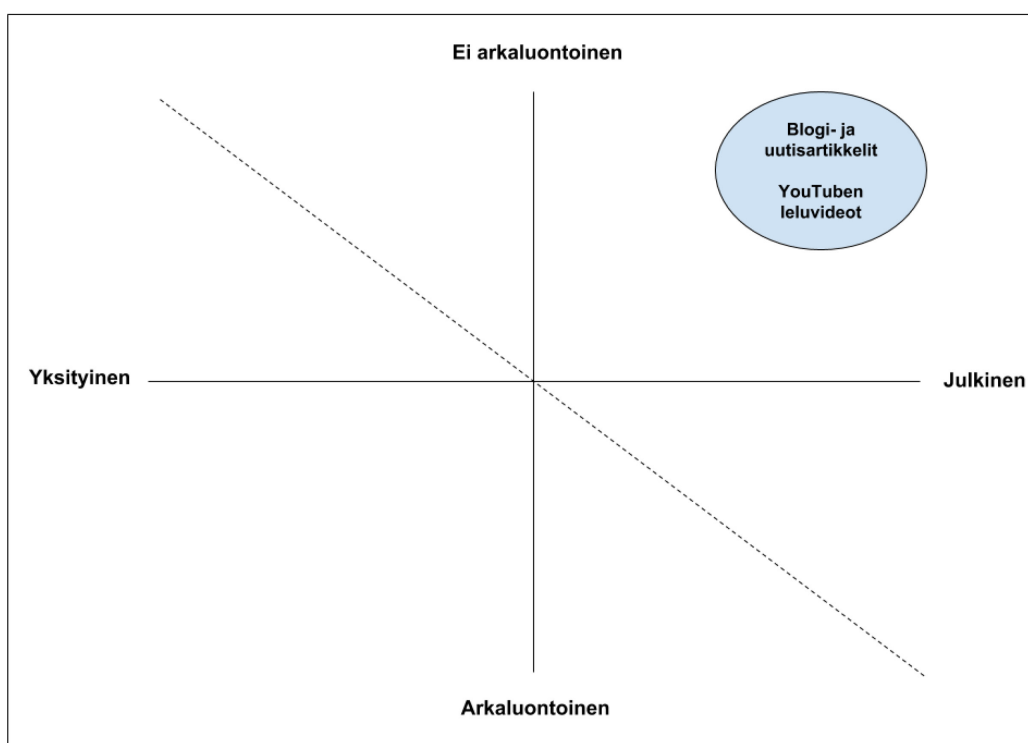
³⁶ Marsh et al. 2017, 28.

³⁷ Yle Uutiset 6.10.2015, <https://yle.fi/uutiset>.

että lapsen vanhemmat ovat aina tarkkoja, etteivät julkaise videoilla mitään sellaista, joka voisi antaa viitettä asuinpaikasta tai missä lapset käyvät koulua ³⁸.

Verkkotutkimuksen eettisiä haasteita tutkineet Sari Östman ja Riikka Turtiainen ovat suositelleet Malin Sveningssonin, Mia Lövheimin ja Magnus Berquistin vuonna 2003 luomaa nelikenttäjakoa, joka huomioi kuinka intiimejä, arkaluontoisia ja kuinka julkisiksi tarkoitettuja tutkittavat sisällöt ovat. Nelikentän koordinaatiston muodostavat janat, jotka kuvaavat onko aineisto yksityistä/julkista ja arkaluontoista/ei-arkaluontoista. Katkoviivan vasemmalle ja alapuolelle jäävä osuus antaa ohjetta milloin tutkittavan suostumus on eettisesti välttämätöntä. ³⁹

Tältä pohjalta tulkitsen molempien aineistojen eli sekä leluvideoiden että leluvideoilmioista kertovien blogi- ja uutisartikkelien olevan julkisia ja ei-arkaluontoista (Kuva 2), vaikka osassa aineistoa esiintyy alaikäisiä lapsia. Lasten huoltajat ovat tehneet päätöksen videoiden julkaisusta ja lapset vaikuttavat olevan mielellään mukana videoissa. Aineistossani lapsista ei esitetä mitään arkaluontoista tietoa tai sopimatonta video- ja kuvamateriaalia, kuten alastomuutta.



Kuva 2. Malin Sveningssonin, Mia Lövheimin ja Magnus Berquistin vuonna 2003 luoma nelikenttäjako tutkimuksen osapuolisen välisistä suhteista ja niiden vaikutuksista tutkimuseettisiin kysymyksiin ja ratkaisuihin yhdistettynä omaan tutkimusaineistooni uutis- ja blogiartikkeleista sekä YouTuben leluvideoista ⁴⁰.

³⁸ Newsweek 13.10.2013, <http://www.newsweek.com>.

³⁹ Östman & Turtiainen 2016, 70.

⁴⁰ Ibid.

Leluvideoilmiöön liittyvää lapsille sopimatonta videosisältöä olen käsitellyt erikseen luvussa 2.3, ja lapsityövoimaepäilyksiä luvussa 2.4.

2. YouTube ja lapset

Kulttuurina YouTube on periaatteessa avoin kaikille ja sitä voi käyttää kuka tahansa kennellä on verkkoyhteys. Tämä rajaa ulkopuolelle ne, joilla ei ole mahdollisuutta käyttää verkkoa tai joilla ei ole pääsyä sinne esimerkiksi köyhyyden tai poliittisen kontrollin vuoksi ⁴¹. Onkin mahdollista, että jotkut lapset pääsevät muiden tekemien unboxing-videoiden ja ylipäättään leluvideoilmiön kautta osallisiksi leikkiin ja leluihin, joita he eivät koskaan saa itse omistaa ⁴².

YouTuben omien tilastojen mukaan tammikuussa 2018 paikallista YouTube-versiota voi käyttää yli 88 maassa. Palvelu on käytettävissä yhteensä 76 kielellä kattaen 95 % internetin käyttäjistä. Vuonna 2018 julkaistun tilaston mukaan yli puolet YouTuben näyttökerroista on peräisin mobiililaitteista. Käyttäjiä YouTubella on yli miljardi eli lähes kolmannes kaikista internetin käyttäjistä käyttää palvelua. He katsovat päivittäin miljardeja tunteja videoita, ja katselukertoja kertyy myös miljardeja. ⁴³

YouTubella on valtava määrä lapsikatsojia, vaikka teoriassa heillä ei olisi edes oikeutta luoda tiliä palveluun. YouTubeen voi kirjautua vain Google-tilillä, jonka käyttäjä on ylittänyt käyttöehtojen mukaisen vähimmäisikärajan ⁴⁴. Googlen käyttöehtojen edellyttämä ikäraja vaihtelee maittain ja on esimerkiksi Yhdysvalloissa ja useimmissa maissa 13 vuotta, mutta esimerkiksi Espanjassa 14 vuotta ja Hollannissa 16 vuotta ⁴⁵.

Jo ennen YouTuben⁴⁶ syntyä television vaikutusta lapseen kritisoitiin. Juha Suoranta nosti vuonna 2001 *Cyberkids: lapset mediakulttuurin toimijoina* -artikkelissaan esille mm. kaatoavaa lapsuutta. Hän kritisoi Jean-Philippe Toussaintin vuonna 2000 julkaistun TV-kirjan näkemystä, jossa lapsuuden häviämisen diskurssissa digitaaliset viestimet olisivat varastamassa lapset vanhemmilta ja hävittämässä lapsuuden. Suorannan mukaan

⁴¹ Sumiala & Tikka 2013.

⁴² MarketWatch 7.4.2015, <https://www.marketwatch.com>.

⁴³ YouTube: YouTube ja tiedotusvälineet – Tilastotiedot 01/2018, <https://www.youtube.com>.

⁴⁴ YouTube: Lisätietoja vanhemmille 17.3.2018, <https://support.google.com>.

⁴⁵ Google: Google-tilien ikävaatimukset 17.3.2018, <https://support.google.com>.

⁴⁶ YouTube perustettiin helmikuussa 2005 Chad Hurleyn, Steve Chenin ja Jawed Karimin toimesta. Huhtikuussa YouTubeen ladattiin ensimmäinen video Me at the zoo, koekäyttö alkoi toukokuussa ja virallisesti palvelu lanseerattiin joulukuussa 2005. Suominen et al. 2013, 84, 87.

”medioitunut kulttuuri”⁴⁷ tarjoaa lapsille runsaasti audiovisuaalista materiaalia verrattuna aiempiin historiallisiin mahdollisuuksiin. Pohdittaessa muutoksen perusteita voidaan ajatella, että ihminen on myös lajina jatkuvasti muuttuva olento, ja mediakulttuuriin soviittumisen taustalla vaikuttaisi lajievoluutio”⁴⁸. On kulunut lähes 20 vuotta Toussaintin ja Suorannan mietteistä, joten voimme pohtia olemmeko muuttuneet suvaitsevaisemmaksi medioitunutta kulttuuria kohtaan hyväksyen uuden digitaalisen tavan leikkiä vai koe-taanko YouTube lastemme lapsuuden varastajana?

Vuodesta 2007 iPhonen ilmestymisen jälkeen syntymästään asti mobiililaitteita käyttä-neitä 0–5-vuotiaita on myös kutsuttu nimellä digitaaperot (eng. *digitods*). He ovat tottu-neet käsittelemään kosketusnäyttöjä ja pyyhkäisemään eri suuntiin laitteiden käyttöliitty-missä. Vauvat oppivat noin 10–14 kuukauden ikäisinä osoittamaan etusormellaan. Tässä vaiheessa lapsi on kykeneväinen pyyhkäisemään ja näpäyttämään kosketusnäyt-töä. Tämä on merkittävä ero kannettavien tietokoneiden ja pöytä-tietokoneiden kannalta, joiden kanssa hyvin pienet lapset tarvitsevat usein apua hiiren tai näppäimistön käyttä-miseen.⁴⁹

Kahden viikon ajan 4-vuotiaan lapsen iPadin käsittelyä seurannut Matthew Thompson havaitsi käytön olevan pääosin passiivista viihdettä (mm. YouTuben katselua), pelaamista ja leikkiä. Lapsi koki iPadin myös leluna, kun hän hyödynsi sen sovellusta Furby-lelun ruokkimiseen.⁵⁰

2.1 YouTuben käyttöliittymän yksinkertaisuus ja helppokäyttöisyys

The Discourse of YouTube -julkaisussa Phil Bensonin mukaan palvelun käyttöliittymä on tehty helppokäyttöiseksi ja sen perusulkoasu on pitkälti samanlainen kuin se oli vuonna 2006. Käyttöliittymä muodostuu moduuleista, joita ovat ylhäältä alas ja vasemmalta oi-kealle katsottuna:

1. sivuston hallinta,
2. videosoitin,
3. videon ylläpito,

⁴⁷ Medioitumisen käsitteellä viitataan siihen, kuinka yksilöiden ja yhteiskunnan toiminta tulee yhä mediavälitteisemmäksi ja riippuvaiseksi medioista. Ihmiset saavat tietoa maailmasta eri mediateksteistä, seuraamalla tiedotusvälineitä ja sosiaalisen median kanavia. Tämä tieto on yksi niistä perusteista, joille omaa identiteettiä ja maailmankuvaa rakennetaan. Sen välityksellä ihminen voi peilata omia ajatuksiaan, elämäntapojaan ja tyylejään mediassa esitettyihin vaihtoehtoihin. Näin media tarjoaa aineksia sekä tiedollisen että tunneperäisen suhteen muodostamiseksi maailmaan ja toisiin ihmisiin. Ks. Mediataitokoulu.fi. <http://www.mediataitokoulu.fi>.

⁴⁸ Suoranta 2001, 23, 28.

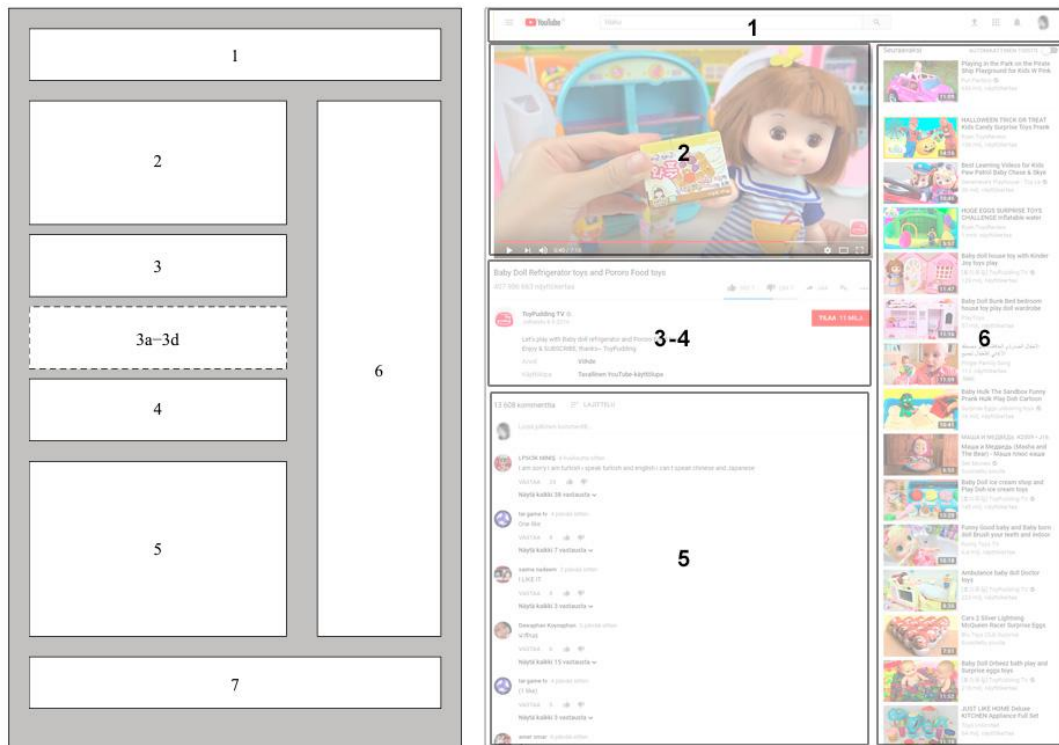
⁴⁹ Leathers et al. 2013; Holloway et al. 2015, <http://journal.media-culture.org.au>.

⁵⁰ Thompson 2016, 56–57.

4. videon metadata,
5. kommentit,
6. videon linkit sekä
7. asetukset, tiedot ja apu.

Kolmannen moduulin alla oli laajennettava piilotettu osuus, joka on Bensonin kuvioon merkitty 3a–3d. Sen alta löytyivät osiot jaa, raportoi, tekstitys, tilastot.⁵¹

Vertailin Bensonin kuviota yhteen yhden leluvideon katselunäkymän kanssa (Kuva 3).



Kuva 3. Phil Bensonin YouTube-sivun malli verrattuna [토이푸딩] ToyPudding TV -kanavan videon katselunäkymään tietokoneella katsottuna.

Bensonin julkaisun jälkeen YouTube on yksinkertaistanut käyttöliittymäänsä entisestään. Moduulit 3 ja 4 ovat sulautuneet yhteen ja moduuli 7 on poistunut kokonaan jättäen jäljelle kommenttilistauksen (moduuli 5) ja videolinkit (moduuli 6). Esimerkiksi iPadilta katsottuna myös 1. moduulia ei ole näkyvässä ja videon alla 3–4 moduulin tiedot on osittain piilotettu keskittäen huomion tykkäyksiin, ei-tykkäyksiin, jakomahdollisuuksiin, kanavan tilaukseen ja kommentointiin (mikäli se on sallittua videolla). Myös videolinkkien esikatselukuvat näkyvät tabletilla suurikokoisina, minkä vuoksi ne herättävät huomion ja niitä on helppo painaa.

⁵¹ Benson 2017, 62–64.

Leikki-ikäiset YouTuben katsojat pystyvät itse jossain määrin vaikuttamaan mitä he katsovat. Ensikäyttöön tarvitaan vanhemman tai muun henkilön apua valitsemalla hakusanojen kautta löytyvä ensimmäinen kiinnostuksen kohde sekä opettamalla lapsille, miten äänitunnistusta käytetään tabletissa tai älypuhelimessa ⁵². Ensimmäisen videon jälkeen YouTube voi ehdottaa lisää aiheeseen liittyvää katseltavaa seuraavin vaihtoehtoin:

1. mainosvideon muodossa ennen tai keskellä haluttua videota (moduuli 2),
2. videon oikealla puolella (moduuli 6),
3. videon päätyttyä lukuisia erilaisia vaihtoehtoja (moduuli 2).

Moduulin 6 yläpuolella voi näkyä myös mainos, mikäli kanavan ylläpitäjä on asettanut kaupallistamisen päälle ja sallinut mainokset kyseiseen kohtaan.

Kyvyyttömyys lukea ja/tai kirjoittaa ei ole este YouTuben käytölle. Pienet lapset kehittävät monimutkaisia strategioita tehdäkseen hakuja opettelemalla ulkoa kirjaimia tai muotoja, jotta pääsevät käsiksi haluamaansa aineistoon ⁵³. Vaikka pieniltä lapsilta puuttuu luku- ja kirjoitustaito, heillä on yllättävän paljon digitaalisia taitoja. Brittiläisistä lapsista tehdyn tutkimuksen mukaan 4-vuotiaista 50 % osaa käyttää tablettia itsenäisesti ja 2-vuotiaista 25 %. Itsenäinen käyttö tarkoittaa mm. mainosikkunoiden sulkemista ja YouTube-hakujen tekemistä. ⁵⁴

Thompsonin tutkimuksen 4-vuotias lapsi osasi tunnistaa YouTubesta mainokset ja painoi Ohita-painiketta heti sen ollessa mahdollista päästäkseen katsomaan haluamansa videon. Lapsi ei kuitenkaan vielä ymmärrä, että unboxing-videoiden sisällöt voivat olla verrattavissa mainoksiin. ⁵⁵ YouTuben ohjeiden mukaan videot voivat sisältää maksettua tuotesijoittelua, suosittelua tai muuta sisältöä, mutta tällöin niistä on ilmoitettava katsojille ⁵⁶. Yhdessäkään aineistoni videossa ei ollut merkintää "Sisältää maksettua mainosisältöä". Claudia Gerhards havaitsi tutkimuksessaan vastaavanlaisia puutteita ja kutsui YouTuben videoilla esiintyvää tuotesijoittelua villiksi länneksi, jossa ei noudateta sääntöjä ja lakeja. Puolet Gerhardsin kyselyyn vastanneista videoiden tekijöistä ei kokenut, että heillä olisi tarpeeksi tietoa tuotesijoittelusta etenkin oikeudellisesta näkökulmasta. ⁵⁷

⁵² BuzzFeed 18.7.2014, <https://www.buzzfeed.com/hillaryreinsberg>.

⁵³ Marsh et al. 2017, 14; Chaudron et al. 2015.

⁵⁴ Marsh et al. 2017, 16.

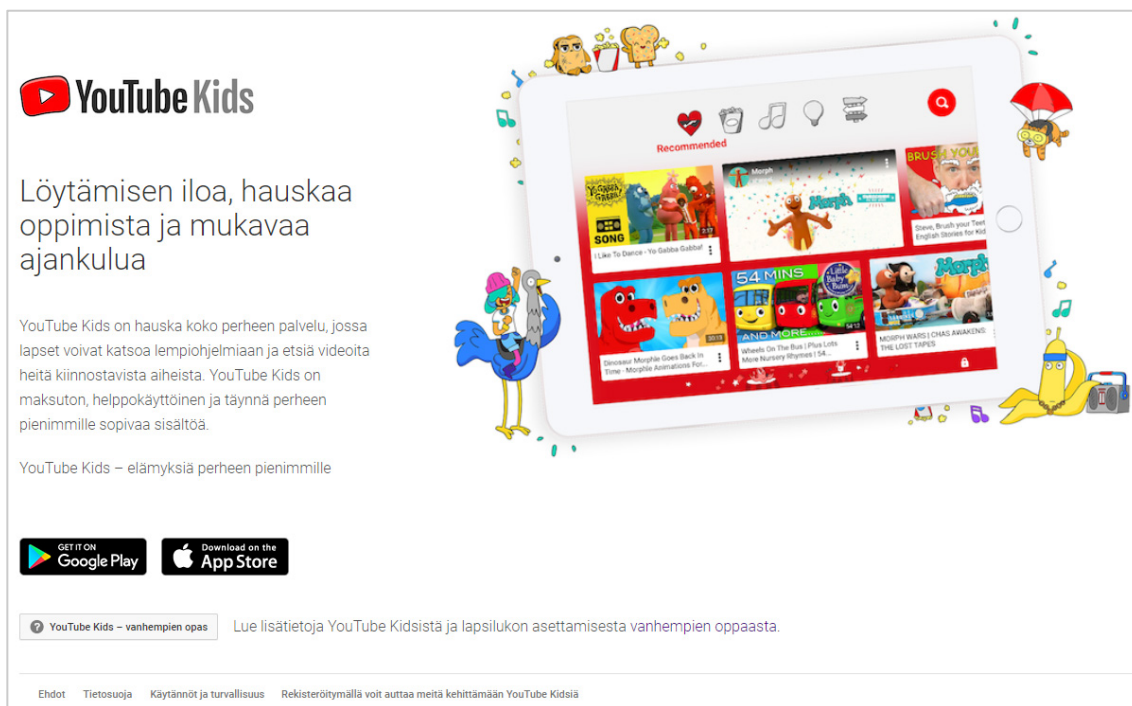
⁵⁵ Thompson 2016, 57.

⁵⁶ YouTube Ohjeet, <https://support.google.com>.

⁵⁷ Gerhards 2017, 14.

2.2 YouTube Kids – Lapsille tehty sovellus

YouTube havaitsi kasvavan lapsiyleisön ja kehitti heitä varten helmikuussa 2015 julkaistun YouTube Kids -sovelluksen. Verkkosivuillaan palvelun kuvataan olevan ”koko perheen palvelu, jossa lapset voivat katsoa lempiohjelmiaan ja etsiä videoita heitä kiinnostavista aiheista. YouTube Kids on maksuton, helppokäyttöinen ja täynnä perheen pienimmille sopivaa sisältöä.”⁵⁸ (Kuva 4). Vaikka palvelusta kerrotaan suomen kielellä, niin sovellusta ei ole vielä saatavilla Suomeen⁵⁹.



Kuva 4. Kuvakaappaus YouTube Kids -verkkosivuilta 2.4.2018⁶⁰.

Sovelluksen tarkoituksena on mahdollistaa lapsille heille sopivien videoiden katselun ilman vaaraa eksyä soveltumattomiin sisältöihin, joihin se saattavat päätyä YouTuben perussovelluksen kautta. Ensimmäinen versio YouTube Kids -sovelluksesta sisälsi ajastimen, jolla pystyi ilmoittamaan lapselle ruutuajan päättymisestä, sekä ääni- ja hakuasetukset, josta pystyi poistamaan hakumahdollisuuden kokonaan.⁶¹ Vain kaksi kuukautta julkaisun jälkeen yhdysvaltalaiset ihmisoikeusjärjestöt jo valittivat YouTube Kids

⁵⁸ YouTube Kids, <https://kids.youtube.com>.

⁵⁹ YouTube Kids on huhtikuussa 2018 saatavilla seuraavissa maissa: Argentiina, Australia, Brasilia, Chile, Espanja, Etelä-Afrikka, Etelä-Korea, Filippiinit, Ghana, Intia, Irlanti, Iso-Britannia, Itävalta, Jamaika, Japani, Kanada, Kazakstan, Kenia, Kolumbia, Malesia, Meksiko, Nepal, Nigeria, Pakistan, Peru, Ranska, Saksa, Senegal, Singapore, Sri Lanka, Tanzania, Uganda, Uusi-Seelanti, Valko-Venäjä, Venäjä, Yhdysvallat ja Zimbabwe. YouTube Kids Parental Guide 2.4.2018, <https://support.google.com>.

⁶⁰ YouTube Kids, <https://kids.youtube.com>.

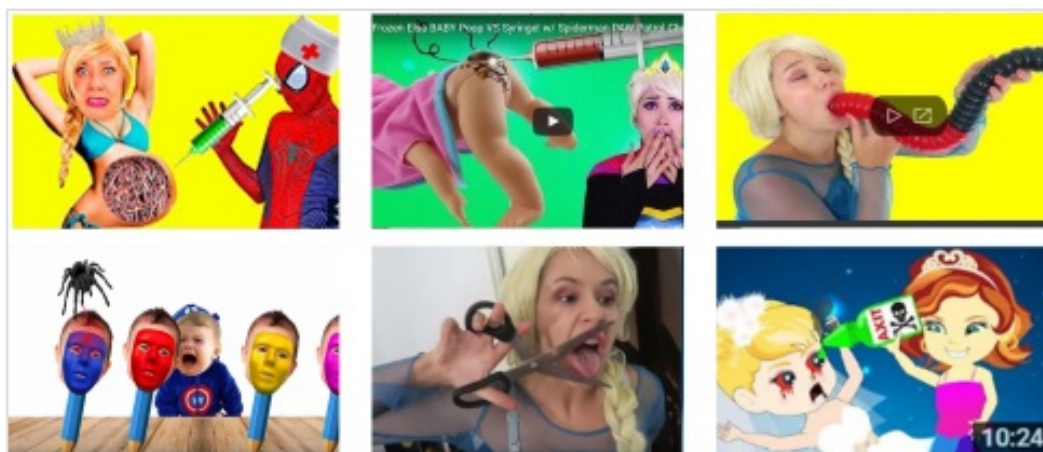
⁶¹ YouTube Official Blog 23.2.2015, <https://youtube.googleblog.com>.

-sovelluksen sisältävän materiaalia, kuten tuotesijoittelua ja muuta viihdesisältöön yhdistettyä mainontaa, jotka olisivat televisiossa julkaistuna laittomia ⁶².

Lapsille suunnattujen sovellusten suunnittelu (eng. *kids programming*) on yhä kasvava digitaalinen liiketoimintamalli ⁶³. Katsotuimmat lelukanavat tuottavat videosisältöä yhä kasvavaa mobiililaitteiden kohderyhmää eli 0–5-vuotiaita lapsia varten. Vuonna 2016 YouTuben näyttökerroista 10 % oli lapsille suunnattua sisältöä, ja joissakin maissa peräti puolet kaikista näyttökerroista ⁶⁴. Muita lapsille videosisältöjä tarjoavia sovelluksia ovat mm. DisneyLife, Sky Kids ja suomalainen Ylen Lasten Areena.

2.3 Elsagate – Huomio sopimattomiin sisältöihin

Leluvideoita katsoessa YouTube suosittelee muita mahdollisesti kiinnostavia videoita katsottavaksi. Lapset valitsevat värikkäistä videoiden esikatselukuvista helposti heille tuttuja hahmoja, kuten Hämähäkkimiehen (eng. *Spider-Man*) tai *Frozen*-elokuvan Elsan, mutta sisältö voikin olla kaikkea muuta kuin lapsille sopivaa. Näitä nimiltään ja sisällöltään virheellisesti lapsiystävällisiksi kuvailtuja kanavia sekä niiden herättämää paheksuntaa on kutsuttu nimellä ”Elsagate”. Kanavien ja videoiden nimet viittaavat lapsille suunnattuun videoituun tai animoituun sisältöön, mutta todellisuudessa videot ovat saattaneet sisältää lapsille sopimatonta sisältöä, kuten väkivaltaa, seksuaalisia tilanteita sekä vaarallisia ja järkyttäviä tilanteita (Kuva 5).



Kuva 5. Kuvakaappaus Reddit-palvelun infografiikasta ”YouTube is #notforkids” -infografiikasta, joka näyttää esimerkkejä Elsagate-tapauksen lapsille sopimattomien YouTube-videoiden esikatselukuvista. Niissä mm. Hämähäkkimies laittaa piikin prinsessan matoja täynnä olevaan vatsaan, *Frozen*-elokuvasta tuttu Elsaksi pukeutunut nainen meinaa leikata saksilla kielensä irti ja piirroshahmo kaataa hymyillen myrkkyä toisen piirroshahmon silmiin ⁶⁵.

⁶² Ilta-Sanomat 7.4.2015, <https://www.is.fi>.

⁶³ Burroughs 2017, 1.

⁶⁴ Midia 30.3.2016, <https://www.midiaresearch.com/blog>.

⁶⁵ Reddit 19.7.2017, <https://www.reddit.com/r/ElsaGate>.

Reddit-palvelussa⁶⁶ on yritetty etsiä syitä Elsagate-ilmiöön. Yhtenä syynä olevan mm. leluvideoiden aiheuttama digitaalinen kultakuume, jolloin sisällöntuottajat yrittävät keinoilla millä hyvänsä saada YouTuben kasvaneen lapsiyleisön huomion ja ansaita rahaa mainoksilla⁶⁷.

Monet Elsagate-tapaukseen viitattavista kanavista, kuten ToyFreaks, olivat YouTuben katsotuimpien kanavien listalla aineistoni tietojen tallennuksen aikaan 8.10.2017. Marraskuussa 2017 monet suuryritykset, kuten Mars Inc., Adidas ja Hewlett-Packard, ilmoittivat lopettavansa mainonnan YouTubessa, kunnes se on siistinyt palvelustaan lapsille sopimattomat sisällöt pois⁶⁸. Tämän jälkeen YouTube tiukensi sisältöjen linjauksiaan ja ryhtyi poistamaan Elsagate-tapaukseen yhdistettyjä kanavia, mm. ToyFreaks-kanavan⁶⁹. Tammikuussa 2018 YouTube ilmoitti muuttavansa kumppaniohjelmansa ehtoja edellyttäen kanavalla olevan vähintään 1 000 tilaajaa ja näyttöjä 4 000 tuntia viimeisen 12 kuukauden aikana. YouTuben perusteli ehtojen muutosta seuraavasti:

*Tarkoituksenamme on tiukentaa kaupallistamisen vaatimuksia, jotta ros-kasisällön levittäjät, toisiksi tekeytyvät henkilöt ja muut epätoivotut toimijat eivät pysty vahingoittamaan ekosysteemiämme tai käyttämään sisällöntuottajia hyväkseen.*⁷⁰

2.4 YouTube lapsityövoiman tiedottajana ja mahdollistajana

Save the Children USA (vrt. Pelastakaa Lapset ry) hyödynsi leluvideoilmiön suosiota tekemällä oman lelujen unboxing-videon, mutta perinteisestä poikkeavan⁷¹. Videolla kolme lasta esittelee innoissaan saamaansa isoa lelulaatikkoa: My Baby Doll, Super-shooter ja City Builder Set. Avattuaan pakkaukset lapset hämmentyvät niiden todellisesta sisällöstä: lelun sijaan laatikoista löytyy positiivinen raskaustesti, ammusvyö ja hakku kivimurskan kera. Mukana on viesti, jossa kerrotaan kuinka vielä jossakin päin maailmaa murrosikäisten raskaudet, äärimmäinen väkivalta ja lapsityövoima vievät joka neljännen lapsen oikeuden lapsuuteen (Kuva 6).

⁶⁶ Reddit on verkkosivusto, jonne käyttäjät voivat lähettää linkkejä tai artikkeleja, joiden kiinnostavuudesta käyttäjät voivat äänestää ja keskustella. <https://about.reddit.com>.

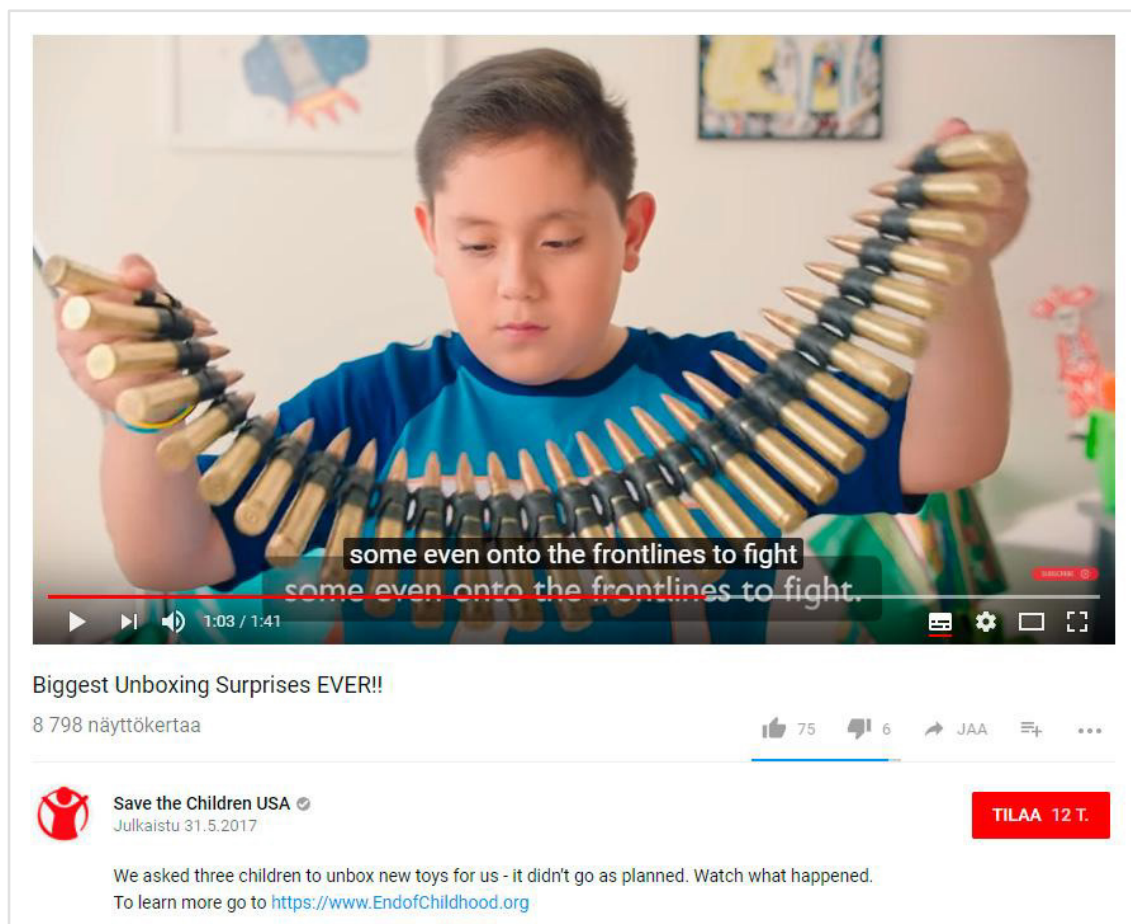
⁶⁷ Forbes 28.11.2017, <https://www.forbes.com>.

⁶⁸ Fortune 26.11.2017, <http://fortune.com/>; Forbes 28.11.2017, <https://www.forbes.com>.

⁶⁹ Daily Mail 18.11.2017, <http://www.dailymail.co.uk>.

⁷⁰ YouTube: YouTube-kumppaniohjelman esittely 2018, <https://support.google.com/youtube>.

⁷¹ Save the Children 31.5.2017, <http://www.savethechildren.org>.



Kuva 6. Kuvakaappaus Save the Children USA:n lelujen unboxing-videosta. Supershooter-nimisen lelu-pakkauksen avannut lapsi hämmästyí saadessaan oikean ammusvyön ja viestin, jossa kerrotaan, miten moni lapsi joutuu enneaikaisesti luopumaan lapsuudestaan äärimmäisen väkivallan vuoksi. ⁷²

Ironisesti Save the Children USA -kanavan lasten oikeuksia puolustavaan leluvideoon nähden, joitakin lapsitubettajia sisältäviä lelukanavia on syytetty lasten ja heidän oikeuksien hyväksikäytöstä. *Toy unboxing: living in a(n unregulated) material world* -tutkimusartikkelissa kerrotaan miten YouTube lähettää mainostajille tietoa vaikutusvaltaa saavuttaneista lelukanavista, joille leluvalmistajat saattavat lähettää ilmaisia leluja toivoen niiden näkyvän kanavan tulevilla videoilla. Näin lelujen valmistajien ja mainostajien on epäilty hyväksikäyttävän leluja esitteleviä lapsia lapsityövoimana. ⁷³

Lasten tubettaminen lähtee liikkeelle usein harrastuksesta, mutta kun menestyksen myötä mukaan tulee yhteistyötä yritysten kanssa, niin toiminta saa työskentelyn kaltaisia piirteitä ja vaatimuksia, kuten tapaamisten aikataulutusta, säännölliset videoiden julkaisut sekä vaatimukset esittää videolla yhteistyökumppanin antama tuote ⁷⁴.

⁷² Save the Children USA -YouTube-kanava 31.5.2017, <https://www.youtube.com>.

⁷³ Craig & Cunningham 2017.

⁷⁴ Marôpo, Sampaio & Pereira 2017, 67.

Leikkiajan ja työnteon hämärtymisestä kirjoittaneen toimittaja Ben Popperin mukaan joissakin Ryan ToysReview:n videoissa huomaa, miten pojan on pyydetty sanomaan tietyt vuorosanat. Ryan esimerkiksi toteaa yllätysmunaa avatessaan ”*I wonder what’s inside it. I’m so excited.*” vailla aitoa innostusta.⁷⁵

3. Leluvideoilmiön synty ja kehitys

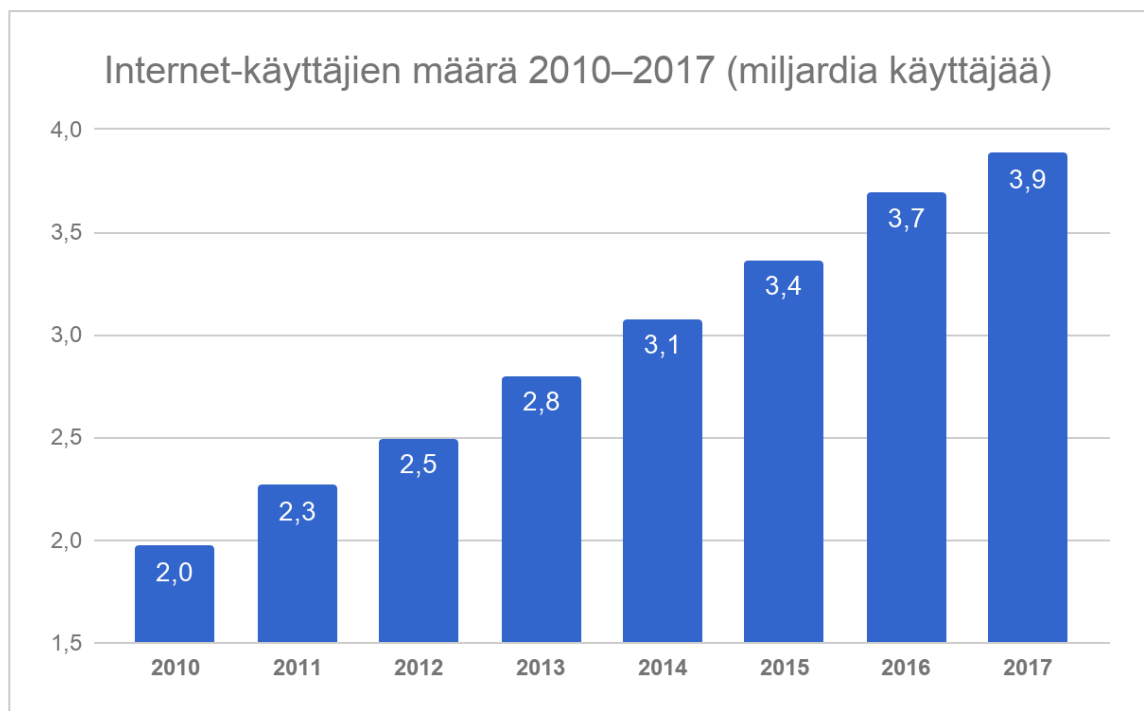
Tässä luvussa käyn läpi aikalaislähteissä eli uutisartikkeleissa ja blogikirjoituksissa olleita ensimmäisiä mainintoja leluvideoiden tekijöistä ja uudesta ilmiöstä, sen suurimman kasvuvaiheen sekä viime vuosien katsotuimmat kanavat havaitsemisani aikakausissa: Varhaiset tekijät 2010–2012, Suosio kasvaa 2013–2014 ja Uudet tekijät ja haasteet 2015–2018. Sivuan myös, miten leluvideoilmiö on näyttäytynyt suomalaisessa tubekulttuurissa. Lopuksi nostan esimerkkejä, miten lelukanavat näyttävät kehittyvän vuosien varrella.

Tablettien ja älypuhelimien yleistymisestä syntyneen ns. digitaapero-aikakauden⁷⁶ (2007–) ohella leluvideoilmiön syntyyn on vaikuttanut internetin saatavuuden kasvu. Suomessa vuonna 2006 jo joka toinen kotitalous oli kiinni netissä laajakaistayhteyden välityksellä⁷⁷. Maailmanlaajuisesti internet-käyttäjien määrän lähes kaksinkertaistuminen näkyy leluvideoilmiön vuosien 2010 ja 2017 välillä noin 2 miljardista käyttäjästä 3,9 miljardiin (Kuva 7).

⁷⁵ The Verge 22.12.2016, <https://www.theverge.com>.

⁷⁶ Vuodesta 2007 iPhonen ilmestymisen jälkeen syntymästään asti mobiililaitteita käyttäneitä 0–5-vuotiaita on myös kutsuttu nimellä digitaaperot (eng. *digitods*). He ovat tottuneet käsittelemään kosketusnäyttöjä ja pyyhkäisemään eri suuntiin laitteiden käyttöliittymissä. Ks. Holloway et al. 2015, <http://journal.media-culture.org.au>.

⁷⁷ Suominen et al. 2013a, 95.



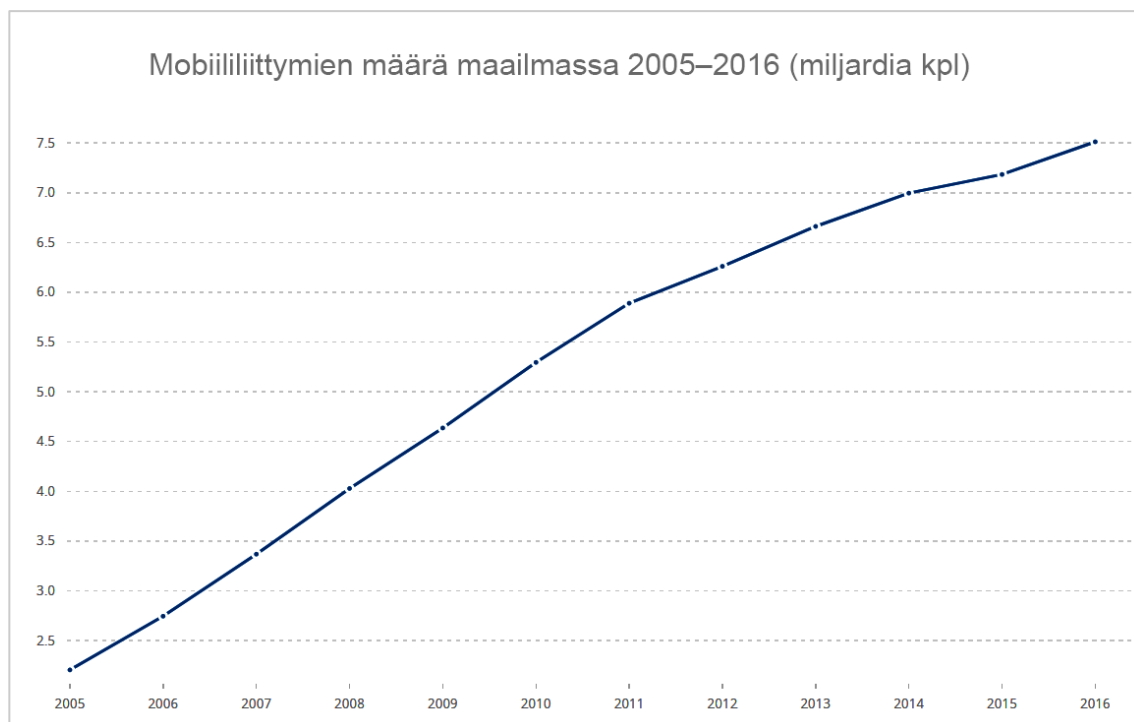
Kuva 7. Internet-käyttäjien määrä on vuosien 2010–2017 välillä lähes kaksinkertaistunut noin kahdesta miljardista käyttäjästä 3,9 miljardiin ⁷⁸.

Internet-käyttäjien kasvuun on vaikuttanut kiinteiden laajakaistojen yhteyksien lisääntymisen ohella vahvasti myös mobiililaitteilla käytettävien internet-yhteyksien nopea kasvu. YouTuben perustamisvuonna 2005 maailmassa oli 2,2 miljardia mobiiliiliittymää ja vuonna 2016 jopa 7,5 miljardia (Kuva 8) ⁷⁹. Vuonna 2018 yli puolet YouTuben näyttökeroista on peräisin mobiililaitteista. ⁸⁰

⁷⁸ Internet World Stats, History and Growth of the Internet from 1995 till Today. Miniwatts Marketing Group 2.3.2018, <https://www.internetworldstats.com>.

⁷⁹ The World Bank 1.4.2018, <https://data.worldbank.org>.

⁸⁰ YouTube: YouTube ja tiedotusvälineet – Tilastotiedot 01/2018, <https://www.youtube.com>.



Kuva 8. Mobiililiittymien määrä maailmassa 2005–2016 on kasvanut 2,2 miljardista liittymästä 7,5 miljardiin.⁸¹

Leikki-ikäisten lapsikäyttäjien määrä internetissä on myös voimakkaassa kasvussa. Vuonna 2015 Ruotsissa 67 % 2-vuotiaista pääsi verkkoon ja vuonna 2016 Iso-Britanniassa 53 % 3–7-vuotiaista. Erot vaihtelevat suuresti eri EU-maiden välillä eikä kaikista maista ole tilastoja saatavilla. Esimerkiksi vuonna 2015 Luxemburgissa, Hollannissa, Tanskassa, Ruotsissa, Iso-Britanniassa, Saksassa ja Suomessa 9/10 kotitalouksista omisti internet-liittymän, kun Bulgariassa vain 59 %.⁸²

3.1 Varhaiset tekijät 2010–2012

Sara Sintonen kiteyttää digitaalisen kulttuurin perustuvan ihmisiin, heidän odotuksiinsa ja mitä koetaan jakamisen arvoiseksi sisällöiksi⁸³. Suurin piirtein vuodesta 2011 lähtien YouTube'n leluvideot on koettu jakamisen ja katsomisen arvoiseksi sisällöiksi. Myös Spielwarenmesse-lelumessujen artikkelissa todetaan suurimpien leluvideokanavien aloittaneen vuoden 2011 aikoihin⁸⁴.


⁸¹ The World Bank 1.4.2018, <https://data.worldbank.org>.

⁸² Marsh et al. 2017, 7–8.

⁸³ Sintonen 2012, 18.

⁸⁴ Spielwarenmesse 4.5.2016, <https://www.spielwarenmesse.de>.

Aineistoni varhaisimmin perustettu leluvideokanava on Blu Toys Club Surprise⁸⁵, jonka tili on luotu YouTubeen 23.12.2010. Kanavan ensimmäinen yhä nähtävillä oleva video *Autot*-elokuvasta⁸⁶ (eng. *Cars*) tutun Martin Tarinatalli -dvd/blu-ray:n unboxing. Toiseksi vanhimmassa 27.12.2010 julkaistussa videossa unboxataan *Autot*-elokuvasta tuttu helikopterilelu, jonka sisään saa laitettua muita elokuvasta tuttuja autoja, kuten Salama McQueenin (Kuva 9).



Cars Rescue Squad Chopper Store 11 Diecast CARS & Dinoco Helicopter Disney Pixar toys Disney Toons

1 733 879 näyttökertaa

BLU TOYS Blu Toys Club Surprise
Julkaistu 27.12.2010

TILAA 5,9 MILJ.

This is the Rescue Squad Chopper with 3 die-cast cars:
Rescue Squad Mater, Lightning McQueen, Ambulance.

Kuva 9. Kuvakaappaus Blu Toys Club Surprise -kanavan varhaisimmasta lelun unboxing-videosta *Cars Rescue Squad Chopper Store 11 Diecast CARS & Dinoco Helicopter Disney Pixar toys Disney Toons*. Se on julkaistu 27.12.2010, ja on tutkimukseni pohjalta yksi leluvideoilmion varhaisimmista videoista.⁸⁷

YouTube Kids -sovellusta ja sen sisältöjä tutkinut Benjamin Burroughs kutsuu 13.4.2011 perustettua Fun Toys Collector Disney Toys Review -kanavaa⁸⁸ unboxing-tyylilajia

⁸⁵ Blu Toys Club Surprise -kanavan alkuperäinen nimi oli MCCollectibles.

⁸⁶ *Autot* (*Cars*) ovat Disneyn ja Pixarin toteuttamia animaatioelokuvia, joita on ilmestynyt vuosina 2006, 2011 ja 2017. Elokuvan hahmoihin pohjautuvien lelujen valmistajana, markkinoijana ja jakelijana on alusta lähtien toiminut Mattel, joka on myynyt yli 300 miljoonaa paineallettua *Autot*-leluautoa maailmanmaallisesti. Mattel 27.1.2016, <https://news.mattel.com>.

⁸⁷ Blu Toys Club Surprise -YouTube-kanava 27.12.2010, <https://www.youtube.com>.

⁸⁸ Fun Toys Collector Disney Toys Review -kanavan alkuperäinen nimi oli DisneyCollectorBR.

edustaneiden YouTube-videoiden edelläkävijäksi ⁸⁹. Kanavan ensimmäinen leluja esittelevä video on julkaistu 16.7.2011 eli reilu puoli vuotta Blu Toys Club Surprise -kanavan ensimmäisen leluvideon ilmestymisen jälkeen. Nämä kaksi kanavaa olivat selkeästi aikuisten ylläpitämiä, mutta myös lapset tulivat mukaan videoihin hyvin varhain.

EvanTubeHD-kanava sai alkunsa vuonna 2011, kun 5-vuotias Evan ja hänen isänsä alkoivat tehdä Angry Birds -leluanimaatiovideoita. Evan pyysi, että ne laitettaisiin YouTubeen, jotta voisi näyttää niitä kavereilleen. Aluksi he tekivät yhden videon kuukaudessa harrastuksenaan, mutta kun ensimmäinen video sai miljoona katselukertaa, niin he tajusivat miten suureksi ja tuottavaksi harrastus on kasvamassa. ⁹⁰

Tutkijat Ramos-Serrano ja Herrero Diz pitävät Evania hyvänä esimerkkinä osallistuvasta kulttuurista, sillä hän ei sisällöntuottajana ole asiantuntija eikä tunnettu julkisuuden henkilö. Hän on pelkästään lapsi, joka kertoo ja selittää mistä hän pitää – etenkin 50 ensimmäisen videon osalta, joissa Angry Birds -lelut ovat pääosassa. Hän on tavallinen YouTube-käyttäjä, josta on tullut menestynyt vaikuttaja. Kun videoiden näyttökertojen määrät kasvoivat, niin Evanista tuli mielipidevaikuttaja (eng. *opinion leader*). Tässä vaiheessa brändit havaitsivat hänen vaikutusvaltansa ja Evan alkoi esiintyä myös perinteisessä mediassa. ⁹¹

3.2 Suosio kasvaa 2013–2014

Varhaisten tekijöiden myötä lelujen unboxing-videoiden suosio alkoi kunnolla kasvaa vuodesta 2013 lähtien. Tällöin lelukanavia ja -videoita alettiin huomioida myös mediassa ja ilmiötä käsitteleviä artikkelien määrä kasvoi vauhdilla.

Ensimmäinen löytämäni lelukanavista julkaistu artikkeli on julkaistu 30.10.2013. Newsweek-lehti uutisoi EvanTubeHD-kanavasta ja silloin 7-vuotiaasta Evanista otsikoiden uutisen ”*Kuuluisin lapsi, josta et todennäköisesti ole koskaan kuullut*”. Artikkelissa Evaniin viitataan pienenä yrittäjänä, joka kanavallaan arvostelee suosikkilelujaan, lapsille tarkoitettuja tapahtumapaikkoja sekä videopelejä.

Loppuvuonna 2014 alkoi ilmestyä lelujen unboxing-videoista kertovia artikkeleita, jotka painottuivat varhaisiin tekijöiden saavuttamaan suosioon. Vuonna 2014 uutisartikkelissa Disneyn Maker Studios⁹² -yrityksen edustaja Chris Williams kertoi, että leluarvostelukanavat ovat valloittaneet perheiden mielikuvitukset ympäri maailmaa. Niiden ylläpitäjistä

⁸⁹ Burroughs 2017, 5.

⁹⁰ Fast Company 4.5.2015, <https://www.fastcompany.com>.

⁹¹ Ramos-Serrano & Herrero-Diz 2016, 112.

⁹² Disney'n tytäryhtiö Maker Studio sulautettiin Disney Digital Networkiin toukokuussa 2017. The Hollywood Reporter 2.5.2017, <https://www.hollywoodreporter.com/news>.

on tullut markkinoiden suosituimpien lelujen asiantuntijoita, ja samalla lelukanavista nopeimmin kasvavia genrejä perheiden internet-sisällöissä.⁹³

Koska kanavien ja videoiden määrät alkoivat tässä vaiheessa kasvaa, on mahdollista, että perinteisessä mediassa ilmestyneet uutisartikkelit miljoonia tienaavista YouTube leluleikkijöistä vaikuttivat ja motivoivat uusien lelukanavien perustamiseen. Aineistoni kanavista tähän aikaan perustettiin Baby Big Mouth (2013) ja [토이푸딩] ToyPudding TV (2014).

3.3 Uudet tekijät ja haasteet 2015–2018

YouTube havaitsi suuren suosion saaneen leluvideoilmion ja sai yhteydenottoja lasten huoltajilta sopimattomasta sisällöstä, joihin lapset saattoivat vahingossa päätyä katsellessaan videoita. Ratkaisuksi tähän, ja omaksi uudeksi liiketoimintamallikseen, YouTube julkaisi lapsikäyttäjille tarkoitetun YouTube Kids -sovelluksen helmikuussa 2015 (ks. luku 2.2).

Maaliskuussa 2015 perustettu Ryan ToysReview sai nopeasti valtavasti katsojia ja on tätä kirjoittaessa maailman katsotuin lelukanava. Vain reilu vuosi perustamisensa jälkeen kanavasta uutisoitiin The Guardian -lehdessä otsikolla ”*Kuinka lelujen unboxing-kanavista tuli YouTubeen tosi tähtiä?*”⁹⁴. Kanavalla on yhtenäisiä piirteitä aikaisemmin median suurta kiinnostusta herättäneen EvanTubeHD:n kanssa: lähtökohtaisesti molemmilla kanavilla esiintyy poika, joka leikkii ja esittelee lelujaan kuvaavalle perheenjäsenelleen. Ryanin kanavaa oli mukana perustamassa äiti, ja Evania auttoi pojan isä. Evan oli kanavan perustamisvaiheessa 5-vuotias, Ryan 4-vuotias.

Vaikka tekijöitä on tullut lisää ja videoiden sisällöt ovat monipuolistuneet, niin selkeää ”Näin teet menestyksekkään lelukanavan” -menestysreseptiä ei ole tiedossa. Australialaisen FluffyJet Toys -lelukanavan ylläpitäjä Susie Ellis kertoi vuonna 2015 julkaistussa uutisartikkelissa, että YouTubeessa on useita algoritmeja, joita tekijät eivät paljasta kenellekään, ja toivoi omien videoiden julkaisemisessa sinnikkyuden ja onnen tuottavan tulosta ajan kanssa⁹⁵. YouTubeen hakutuloksiin keskittyneessä tutkimuksessa havaittiin, että erityisesti kanavan tilaajamäärillä oli vaikutusta näkyvyyteen. Hakutulokset saattoivat hetkessä muuttua suurestikin lyhyessä ajassa.⁹⁶

⁹³ The Guardian 26.11.2014, <https://www.theguardian.com>.

⁹⁴ The Guardian 28.4.2016, <https://www.theguardian.com>.

⁹⁵ The New Daily 26.6.2015, <https://thenewdaily.com.au>.

⁹⁶ Rieder et al. 2018, 63–64. Ks. myös Bishop, Sophie: Anxiety, panic and self-optimization: Inequalities and the YouTube algorithm. *Convergence*, 2018.

Vuosi 2017 toi YouTuben lapsikatsojille yhä enemmän sopimattomia sisältöjä Elsagate-tapauksen (ks. luku 2.3) myötä, minkä vuoksi vetäytyvien mainostajien painostuksesta johtuen Googlen on tulevaisuudessa panostettava enemmän YouTube-videoiden sisällön tarkistukseen. Tammikuun 2018 aikana tulleet kiristykset YouTuben kumppaniohjelman ehtoihin⁹⁷ vaikuttavat siihen, ettei alle 1 000 tilaajan kanavilla ole mahdollisuutta ansaita rahaa, vaikka sillä olisi kuinka paljon videoita ja näyttökertoja.

3.4 Leluvideoilmiö Suomessa

Suomessa ollaan media- ja tekijäpuolelta herätty leluvideoiden ja -kanavien suosioon hitaasti, vaikka jo alle 3-vuotiaat lapset käyttävät internetiä pääsääntöisesti ohjelmien katseluun YouTubesta tai televisiokanavien ohjelmapalveluiden kautta. Internetin ja älylaitteiden käyttö alkaa 1–3-vuotiaana ohjelmien katselusta sekä puhelimilla tai tableteilla pelattavista peleistä.⁹⁸ Tubecon⁹⁹-tapahtumassa palkittiin vuonna 2016 ensimmäistä kertaa Vuoden lelukanava.¹⁰⁰ Palkintoa ei anneta katsoja- tai tilaajamäärien perusteella, vaan raati asettaa sen ehdokkaat yleisöäänestykseen seuraavin perusteluin:

*Vuoden lelukanava tuottaa koskettavaa ja hyvin käsikirjoitettua sisältöä. Palkittu lelukanava ymmärtää lelujen kauneuden ja tuo niiden persoonallisuuden esiin. Kanavan valinnassa korostuvat tarinankerronta ja jatkuvuus. Lelukanavaksi lasketaan esimerkiksi LPS- eli Little Pet Shop -videota tekevät kanavat tai lelu-unboxauksia tekevät kanavat.*¹⁰¹

Mikäli suomenkielinen vuoden lelukanava palkittaisiin videon näyttökertojen perusteella, niin tällöin palkinto menisi WooBooTV-kanavalle, jonka videoita on katsottu yli 31 miljoonaa kertaa.¹⁰² Social Blade -tilastojen tarkastelun mukaan kyseessä on Suomen katso-tuin lelukanava¹⁰³.

United Screens -nimisen YouTube-verkoston edustaja Satu Apukka totesi vuonna 2016 videoblogien olevan Suomessa yliedustettuna ja hän kaipaisi Suomeen myös kotimaisia

⁹⁷ 16.1.2018 julkaistun tiedotteen mukaan rahan ansaintaan tarkoitetun YouTuben kumppaniohjelman kelpoisuusvaatimukset on uusittu. Kun kanavan videoita on katsottu vähintään 4 000 tuntia viimeisen 12 kuukauden aikana ja kanavalla on vähintään 1 000 tilaajaa, kanava tarkastetaan ohjelmaan liittymistä varten.

⁹⁸ Lasten mediamaailma pähkinänkuoressa 5/2016, 8–9. <http://www.mediakasvatus.fi>.

⁹⁹ TubeCon on suomalainen tubettajien suur tapahtuma, joka järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 2014. City.fi 16.8.2015, <https://www.city.fi>.

¹⁰⁰ Vuonna 2016 Vuoden lelukanava -palkinto annettiin Emilia Lähteelle, joka pitää harrastuksestaan Littlest Pet Shop -leikkejä sisältävää LPS Emppu -nimistä YouTube-kanavaa. Myös vuoden 2017 palkittu suomalainen lelukanava LPSmadison keskittyy Littlest Pet Shop -leikkeihin. Iltä-Sanomien 15.7.2015, <https://www.is.fi>; YleX Uutiset 13.8.2017, <https://yle.fi/ylex>; City 13.8.2017, <https://www.city.fi>.

¹⁰¹ City 13.8.2017, <https://www.city.fi>.

¹⁰² WooBooTV -YouTube-kanava, perustettu 4.11.2011, <https://www.youtube.com>.

¹⁰³ Social Blade 2.4.2018, <https://socialblade.com>.

unboxing-videoita, joissa esitellään jonkin tuotepaketin sisältöä ¹⁰⁴. Lisää tietoa YouTube-verkostoista on luvussa 4.4.

Lapsille suunnatut videot ja YouTube Kids -sovellus saivat Suomessa negatiivista huomiota marraskuussa 2017, kun Tekniikan Maailma julkaisi uutisen *”Paholaisnukke hypnotisoi Ryhmä Hau -hahmon hyppäämään katolta alas – Lapsia traumatisoivat videot kiusaavat Youtuben lapsipalvelua”* ¹⁰⁵. Myös Helsingin Sanomien verkkosivulla julkaistu uutinen lapsille sopimattoman sisällön lisääntymisestä YouTubeissa herätti huomiota otsikollaan *”Trollit ja automatisoidut videotehtaat tuottavat lapsia traumatisoivia videoita Youtubeen, eikä vanhemmilla ole välttämättä edes hajua, mitä lapset palvelussa katsovat”* ¹⁰⁶. Joonas Gustavssonin mukaan ongelma ei ole aivan uusi, sillä monet vuosien 1980–2000 välillä YLEn Pikku Kakkosessa esitetyt sarjat ovat myöhemmin joutuneet mustalle listalle liian pelottavina tai muuten lapsille sopimattomina ¹⁰⁷.

3.5 Lelukanavien kehitys

Lelukanavien ylläpitäjillä on edessä monia haasteita, joissa osallistuminen, luovuus ja spontaanisuus tasapainottelevat suunnitellun ja ammattimaisen tuotannon kanssa, mikäli kanavan tavoitteena on saada suosiota ja taloudellista hyötyä ¹⁰⁸. Ylläpitäjien pitää oppia luomaan erilaisia strategioita: kohdeyleisön määrittelyä, kilpailijoiden seuranta, sopivien avainsanojen analysointia Google Trends -palvelusta ja niiden hyödyntämistä videoiden otsikoissa ja kuvauksissa. Heidän pitää tietää miten saada enemmän mainostuloja, liittyä YouTubeen kumppaniohjelmaan sekä kehittää taitojaan tuotannossa ja editoinnissa. ¹⁰⁹

Lapset kasvavat ja kiinnostuksen kohteet siirtyvät vähitellen leikki-ikäisten leluista isompien lasten leluihin sekä peleihin. Näin ollen kanavien sisältöjen pitää kehittyä lasten kanssa. Kun lelukanavan päähenkilö saa uusia sisaruksia, niin hekin saattavat kasvaessaan saada kanavilla näkyvyyttä. Esimerkiksi EvanTubeHD-kanavan Evanin sisko tuli mukaan videoihin, jotta ne saisivat enemmän tyttöjä katsomaan kanavaa. ¹¹⁰ Kanaville muodostuu myös oheiskanavia, joihin tuotetaan hieman erilaista sisältöä kuin pääkanavalle. Esimerkiksi Ryan ToysReview -kanavalla on viisi oheiskanavaa (ks. luku 5.1).

Monissa kanavien ensimmäisissä videoissa näkyy amatöörimäinen ote, kuten huono ja hämärä valaistus, ongelmat kameran tarkennuksen kanssa ja sekava tausta.

¹⁰⁴ Yle Uutiset 9.6.2016, <https://yle.fi/uutiset>.

¹⁰⁵ Tekniikan Maailma 8.11.2017, <https://tekniikanmaailma.fi>.

¹⁰⁶ Helsingin Sanomat 13.11.2017, <https://www.hs.fi>.

¹⁰⁷ Tekniikan Maailma 8.11.2017, <https://tekniikanmaailma.fi>.

¹⁰⁸ Marôpo, Sampaio & Pereira 2017, 73.

¹⁰⁹ Marôpo, Sampaio & Pereira 2017, 68.

¹¹⁰ Ramos-Serrano & Herrero-Diz 2016, 114.

Amatöörimäisyys ei kuitenkaan ole este videoiden suurelle menestykselle. Mitä enemmän videoita tuotetaan, niin sitä enemmän niiden laatuun ja jälkikäsitteilyyn aletaan ajan kuluessa kiinnittää huomiota. Videoiden kuva- ja äänimaailmaan saatetaan panostaa enemmän lisäten mukaan pieniä animaatioita ja äänitehosteita. Patricia G. Langen [2007] mukaan kriitikot eivät ymmärrä, että videon teknisellä laadulla, kuten huonolla editoinnilla, valaistuksella, äänellä tai niiden yhdistelmällä, ei välttämättä ole merkitystä videoiden vaikutukselle sosiaalisessa mediassa.¹¹¹ Aineistoni leluvideoiden osalta laatu on vaihtelevaa. Joissakin videoissa kohde menee hetkellisesti tarkennuksesta pois, yhdessä videossa oli usean minuutin ajan mustaa, ja joidenkin videoiden osalta parantamisen varaa olisi värien ja valaistuksen kanssa. Laatu ei vaikuta olleen merkittävä tekijä suosion saamiseksi, vaikka kanavien uusimmissa on havaittavissa laadun parantumista.

Tilaaaja- ja näyttökertamäärien kasvaessa jotkut videoiden tekijät ottavat pois päältä videoiden kommentointimahdollisuuden. YouTube mahdollistaa joko kommenttien automaattisen hyväksynnän (sanojen estolistaa käyttäen tai ilman), manuaalisen hyväksynnän tai täyden kiellon. Miksi leluvideo-kanava haluaisi poistaa kommentoinnin käytöstä sosiaalisen median palvelussa? Syitä tähän voi olla ajan riittämättömyys moderointiin, identiteettivarkaiden ja spämmibottien yritykset hyödyntää suosiota jakamalla kommentteihin sopimattomia linkkejä, mainostuskommentit sekä myös halu suojella videolla esiintyviä henkilöitä vihapuheelta¹¹².

Merkittävänä tekijänä leluvideoilmiön näkyvyyden kasvattamisessa ovat olleet myös tiedotusvälineet. Kun 2011 perustetun EvanTubeHD-kanavan menestystarinaa kerrottiin perinteisessä mediassa vuonna 2015, alkoivat videoiden jaot lisääntyä. Näin perinteinen media toimi merkittävässä roolissa leluvideokanavan suosion kasvattamisessa.¹¹³ Näkyvyyden kasvaessa on mahdollista, että kanavat alkavat tarjota ja myydä oheistuotteita faneilleen. EvanTubeHD-kanavan Evanille luotiin oma piirroshahmo nimeltä Evan the Epic¹¹⁴ ja Ryan ToysReview-kanava on verkkokaupassaan myynyt mm. t-paitoja, joissa on Ryanista toteutettu piirroshahmo¹¹⁵.

Kanavien tekijät voivat kasvattaa näkyvyyttään hyödyntämällä myös muita sosiaalisen median tilejä, kuten Facebookia ja Instagramia. Tätä motivoi myös yhteistyökumppaneiden toiveet julkaisujen tekemisestä muihinkin alustoihin YouTuben lisäksi.¹¹⁶ Tällöin

¹¹¹ Müller 2009, 129.

¹¹² Quora 24.12.2015, <https://www.quora.com>.

¹¹³ Ramos-Serrano & Herrero-Diz 2016, 115.

¹¹⁴ Ramos-Serrano & Herrero-Diz 2016, 114.

¹¹⁵ Ryan ToysReview -kanavan ”virallinen kauppa” myy Ryan-aiheisia tarroja ja paitoja. Verkkokauppa löytyy osoitteesta <https://teespring.com/stores/ryantoysreview>.

¹¹⁶ Craig & Cunningham 2017, 83.

toiminta kasvaa monikanavaisista YouTube-verkostoista näkyvämpään, monissa eri sosiaalisen median palveluissa toimivaksi verkostoksi (*Multi Platform Network*)¹¹⁷.

4 Leluvideoilmiöön osallistuvien roolit ja motiivit

Leluvideoilmiön takana on erilaisia osallistujia, ja jokaisella on omat roolinsa ja motiivinsa. Yksinkertaisimmillaan YouTube tarjoaa alustan, tekijät toteuttavat videot ja katsojat katsovat niitä päätelaitteiltaan. Muita osapuolia ovat lelu-yhtiöt, mainostajat ja YouTube-verkostot. Tässä kappaleessa käyn läpi eri osallistujia ja esimerkkejä heidän rooleistaan leluvideoilmiössä. Pohdin myös, millaisia motiiveja heillä on sekä miksi leluvideoita tehdään ja katsotaan. Ovatko ne aikuisten tekemää viihdettä lapsille, perheen yhteistä harrastustoimintaa vai piilekö niissä taka-ajatuksena rahan ansaitseminen?

Katriina Heljakan leikin ekosysteemi -käsitteen¹¹⁸ pohjalta inspiroiduin toteuttamaan kuvion ”leluvideoilmiön ekosysteemistä”, jollaisena olen hahmottanut ilmiön ympärillä olevat toimijat sekä heidän roolinsa ja motiivinsa (Kuva 10). Valkoisein laatikoihin on merkitty eri toimijat (katsojat, tekijät, YouTube-verkostot, leluvalmistajat) ja Googlen mahdollistama alusta. Vihreällä olen merkinnyt missä ja mihin suuntaan raha liikkuu leluvideoiden toimijoiden kesken. Mustat nuolet kuvaavat toiminnan suuntaa ja katkoviivat vaikutusta. Heljakan leikin ekosysteemin jaottelua (tuotanto, tuotteet, teknologia, osallistujat) en onnistunut soveltamaan leluvideoilmiöön, sillä osallistujiksi voisi laskea niin tekijät kuin katsojat.

¹¹⁷ Yle Oppiminen 23.6.2016, <https://yle.fi>.

¹¹⁸ Heljakka 2016.

lähettämisen tapaisiin toimiin, joihin ei pääsääntöisesti liity taloudellista korvausta.¹²² Voiko lelu-kanavien sisällöntuotannon taustalla olla kuitenkin ajatuksena taloudellisen korvauksen saaminen?

Kun YouTube siirtyi yrityskaupan myötä Googlen omistukseen vuonna 2006, palvelu muuttui nopeasti kaupalliseksi ja mainostajia kiinnostavaksi alustaksi. Uusien omistajien tavoitteena oli tehdä YouTubesta tulosta tuottava tuote.¹²³ Vuonna 2007 YouTube ilmoitti alkavansa maksaa korvauksia videoiden tekijöille, joiden videoita olisi katsottu kaikkein eniten¹²⁴. Näin rahallinen motivaatio tuli osaksi videoiden tekoa. Vaikka YouTube-videolla näkyisi mainos, on väärin automaattisesti olettaa tekijän haluavan ansaita rahaa. YouTube voi esittää videoiden yhteyksissä mainoksia ilman niiden kaupallistamista, ellei tekijä ole erikseen asetuksista estänyt tätä.¹²⁵ Vaikka YouTube'n kaltaisen verkkomedian tarjoamat toimintamuodot voivat aluksi kehkeytyä taloudellisista tavoitteista riippumatta, niin nämä tavoitteet tulevat usein myöhemmin mukaan¹²⁶.

EvanTubeHD-kanavan Evanin isä Jared kertoi vuonna 2013, että kaikki kanavan tulot menevät säästöihin ja sijoituksiin lasten tulevaisuuden ja opiskelujen varalle. Heillä oli jo tällöin kanavallaan oma myyntitiimi mainosten myymiseen ja sopimusten neuvottelemiseen yritysten kanssa. Tämän myötä joka videolla näkyi mainoksia ja/tai tuote-esittelyä. Suurimmat tulot syntyivät mainoksista, jotka oli liitetty videoon. Näiden lisäksi videoilla hyödynnettiin YouTube'n kumppaniohjelman kautta toimivaa Googlen AdSense-mainontaa, joihin videon tekijät eivät pysty suoraan vaikuttamaan. Peruskanavan lisäksi Evanille perustettiin kaksi muuta oheiskanavaa: EvanTubeRaw, jossa näkyy perheen vlogia ja videoita kulissien takaa sekä EvanTubeGaming, joka keskittyy isän ja pojan väliseen videopelien pelaamiseen ja niiden kommentointiin.¹²⁷

Rahan ansaitsemiseksi on kanavan ylläpitäjien omien sopimusten ja YouTube'n kumppaniohjelman mahdollistamien mainosten ohella myös kolmantena vaihtoehtona YouTube Red. Sen myötä Red-palvelun tilaaja saa maksua vastaan käyttöön mm. mainoksettomat videot¹²⁸, ja videoiden tekijä saa rahallisen korvauksen pohjautuen siihen, miten kauan hänen videoitaan katsotaan.

¹²² Paasonen 2013.

¹²³ Gerhards 2017, 3.

¹²⁴ Suominen et al. 2013b, 143.

¹²⁵ Lange 2014, 235.

¹²⁶ Pietilä & Ridell 2008, 40.

¹²⁷ Newsweek 13.10.2013, <http://www.newsweek.com>.

¹²⁸ YouTube Red -videoissa ei ole mainoksia videon alussa tai keskellä, bannerimainoksia, hakumainoksia, etusivun mainosbannereita eikä videoon sisältyviä peittotekstimainoksia. Satunnaista brändäystä tai kampanjoita voi näkyä edelleen sisällössä, joka ei ole YouTube'n hallinnoimaa. <https://www.youtube.com/red>.

Google AdSense tarjoaa mahdollisuuden valita, millaisista luokista mainoksia näytetään. Vastuullisen ja lapsiystävällisen lelukanavan osalta olisi hyvä kontrolloida mainosluokkiin¹²⁹.

4.2 Katsojat – Oman elämän reflektointia leluvideoiden kautta

Miksi leluvideoille riittää katsojia? Teknologiastrategi David Williams kertoi NBC Today -televisiolähetyksessä vuonna 2014 kuinka leluvideoiden vaikutus lapsiin, mukaan lukien hänen omiinsa, olisi kuin antaisi kokaiinia taaperoille. He jäävät videoihin koukkuun ja haluavat niitä päättymisen jälkeen koko ajan lisää. Hän myös kutsui leluvideoita ”ensimmäisen persoonan lelopornoksi” (eng. ”*first-person toy porn*”)¹³⁰, joka toimii antaessaan vaikutuksen ikuisesti jatkuvasta joululahjojen avaamisesta.¹³¹

Tutkija Jackie Marsh on arvioinut leluvideoiden menestyksen takana olevan videoiden sisällön kiinnostavuus (mm. lelut ja makeiset)¹³². Videot reflektivat lasten omaa elämää ja heidän kiinnostuksen kohteita. Joissakin leluvideoissa on esiintymässä lapsi, joka lisää katsojalle samaistuttavuutta nähdessään ikätoverinsa. Lapset myös nauttivat nähdessään muita avaamassa lahjoja, vaikka he eivät välttämättä halua eivätkä pyydä vastaavia tuotteita itselleen. Marsh kutsuu leluvideoita katsovia lapsia cyberkuljeskelijoiksi (*cyberflâneur*) eli henkilöiksi, jotka liikkuvat internetissä vailla erityistä päämäärää tai tavoitetta, mutta eivät antaudu kulutukselle tai kaupallisille houkutuksille¹³³.

Lelujen unboxing-videoiden suosio alkoi kasvaa merkittävästi vuodesta 2013 lähtien. Family Toys Collector -lelukanavan ylläpitäjä Mark Buissink huomasi, etteivät hänen kaksi tyttärtään enää viihtyneet television ääressä. iPadin ja kännyköiden seurassa kasvaneet tytöt pystyivät katsomaan laitteista mitä ja milloin vaan halusivat¹³⁴. Unboxing-sisältöisiin videoihin sisältyy mystiikkaa ja yllätyksiä. Ne ovat kuin lastenkutsujen onginnasta saatavia yllätyspusseja, mutta digitaalisessa ja katseltavassa muodossa. Kun lapset näkevät värikkäät lelut ja kuulevat pakkauksen avaamisen ääniä, ne voivat tuoda

¹²⁹ AdSense jakaa luokat *Yleisiin* luokkiin sekä *Arkaluonteisiin* luokkiin, joita ovat *somekasinopelit*, *syntyvyyden säännöstely*, *alkoholi* sekä *rahapelit ja vedonlyönti*. Yleisiä luokkia on yhteensä 496 sisältäen monia alaluokkia. Yksi mahdollisesti lapsille sopimaton luokka voi olla *Taide ja viihde > Elokuvat > Kauhuelokuvat ja Taide ja viihde > Erikoiset ilmiöt > Outoa ja sho-keeraavaa*. AdSense Ohjeet 2018, <https://support.google.com>.

¹³⁰ Ensimmäisen persoonan käsite viittaa ensimmäisen persoonan aamuntapeleihin, joissa pelattavuus liittyy vihollisten ja muiden kohteiden ampumiseen, ja jossa pelaaja näkee toimintansa pelihahmon silmien kautta. Oxford Dictionary: first-person shooter 31.3.2018.

¹³¹ Daily Mail 24.2.2015, <http://www.dailymail.co.uk/news>.

¹³² Marsh 2015b.

¹³³ Marsh 2015a.

¹³⁴ Spielwarenmesse 4.5.2016, <https://www.spielwarenmesse.de>.

lapsille omia mukavia muistoja omien lahjojen avaamisesta.¹³⁵ Yhdeksi unboxing-videoiden ja etenkin yllätysmunien avaamisen suosion arvioksi on esitetty epäily videoiden olevan ns. ASMR-tyylistä (eng. *Autonomous Sensory Meridian Response* eli autonominen sensorinen meridiaanivaste) sisältöä¹³⁶, joka visuaalisesti ja äänimaailmaltaan tuottaa katsojalleen mielihyvän tunteen ja rentouttaa¹³⁷.

Videoiden tekijät voivat toimia lapsille myös esikuvina, joita matkitaan. Huffington-postissa vuonna 2014 julkaistussa uutisartikkelissa Sakina-äiti kertoo, miten hänen 2-vuotias tyttärensä haluaa katsoa Disney Collector -kanavaa¹³⁸. Kun hänelle ostettiin videolla esitelty lelu, tytär alkoi jäljitellä videon leikkiä ja puhua samalla tavalla kuin videossa puhuttiin¹³⁹. YouTube-leikeissä lapset saattavat puhua mielikuvitusyleisölleen leluleikeissä, raportoida kännykän kameralle automattoja ja todeta ”Don’t forget to subscribe!” kehottaen leikkiyleisöään tilaamaan mielikuvituskanavan¹⁴⁰. Pienimmille katsojille ero verkossa ja tosielämässä tapahtuvan välillä on hämärtyvässä, ja aikuisten täytyy muistuttaa jälkikasvulleen, etteivät videoilla näkyvät lapset ole oikeasti heidän kavereitaan¹⁴¹. Hulyan Maya -kanavalla esiintyvän perheen isä arvioi oman kanavansa suosiksi lelun sijaan perheen keskinäisen vuoro vaikutuksen ja oikeanlaisen kemian, joka välittyy videoilta katsojille¹⁴².

Miten leluvideoiden katselu sitten eroaa paperisten lelukuvastojen selailusta, joiden kautta aikaisemmin ihailtiin erilaisia leluja? Katriina Heljakka arvioi YouTubeen olevan kenties maailman suurin lelukuvasto tarjoten tietoa suosituista leluista ja uutuuksista, mutta se toimii myös katsojille inspiraation ja viihteen lähteenä¹⁴³. Paperisista lelukuvastoista loppuvat sivut, mutta videoiden määrä on loputon. Videot vievät siten enemmän aikaa, ja niiden katsomisesta voi tulla koukuttavaa ja pakkomielleistä, jolloin vanhempien roolina on rajoittaa katselua. Samoin vanhempien tehtävänä on seurata, että lapsi ei eksy sopimattomille videoille eikä näe sopimattomia mainoksia katsoessaan videoita YouTubeen sisäänkirjautuneiden vanhempiensa tilien kautta¹⁴⁴. YouTube voi olettaa, että leluvideoiden katsojana on sisäänkirjautumisen perusteella esimerkiksi 35-vuotias

¹³⁵ Marsh 2015b.

¹³⁶ ASMR- eli ns. kuiskailuvideoiden tuottama kihelmöinti, kylmät väreet, onnellisuus, rentoutuminen ja uneliaisuus muistuttavat musiikin aiheuttamia kokemuksia. Päähenkilönä on yleensä nainen, joka juttelee kuiskaten. Usein videoon liittyy myös pintojen naputtelua kynsillä, lehden sivujen kääntelyä tai mikrofonin sivelyä pehmeällä harjalla. Yle Tiede 16.12.2017, <https://yle.fi>

¹³⁷ TubularInsights 19.12.2014, <http://tubularinsights.com>; Yle Tiede 16.12.2017, <https://yle.fi>; Barratt et al 2015, <https://doi.org>.

¹³⁸ Kanava tunnetaan tällä hetkellä nimellä Fun Toys Collector Disney Toys Review.

¹³⁹ Huffington Post 26.9.2014, <http://www.huffingtonpost.co.uk>.

¹⁴⁰ Los Angeles Times 27.6.2016, <http://www.latimes.com>.

¹⁴¹ The Washington Post 7.12.2016, <http://www.washingtonpost.com>.

¹⁴² Yahoo News 16.3.2015, <https://www.yahoo.com/news>.

¹⁴³ Heljakka 2016.

¹⁴⁴ The Guardian 8.4.2015, <https://www.theguardian.com>.

nainen ja näyttää sen vuoksi hänen kohderyhmälleen sopivia mainoksia ¹⁴⁵. Jokainen YouTuben käyttäjä voi kuitenkin räätälöidä itse mistä aihepiiristä hänelle mainoksia näytetään ¹⁴⁶.

Kaikki leluvideoiden katsojat eivät kuitenkaan ole lapsia. Unboxing- ja leluesittelyvideoilta vanhemmat ja muut lapselle lahjoja ostavat aikuiset voivat ennakkoon nähdä miten lelu toimii ennen ostamista ¹⁴⁷. Unboxing-videolta selviää myös laatikon sisältö ja lelun laatu. Jos lelu näyttääkin valmistajan mainoksiin verrattuna todellisuudessa huonolaatuiselta tai ei muuten vastaa mielikuvia, niin unboxing-videot auttavat ostopäätöksen teossa. ¹⁴⁸

4.3 Lelualmistajat – Uudenlaista markkinointia ja tuotekehitystä

Brittiläisen leluja maahantuovan ja myyvän yrityksen MGTracey-kanavan ylläpitäjät aloittivat oman kanavansa vuonna 2011 tarkoituksenaan esitellä heidän Amazon-verkkokaupassa myytäviä leluja. He halusivat antaa lelujensa ostajille etukäteen mahdollisuuden nähdä etukäteen, miten lelut toimivat. ¹⁴⁹

Entä voivatko YouTuben leluvideot korvata perinteiset lelujen televisiomainokset? Mark Buissink kertoo oman lelukanavansa videoiden keskimääräisen katseluajan olevan 2 minuuttia 50 sekuntia. Televisiossa lelumainos kestää noin 30 sekuntia ja se näytetään satunnaisille katsojille. YouTuben lelukanavat antavat siis mahdollisuuden merkittävästi pitkäkestoisempaan aikaan esitellä lelua katsojille, jotka ovat itse valinneet kyseisen videon katsottavaksi eli lähtökohtaisesti jo kiinnostuneita tuotteesta. Buissink vertaa perinteisen tv-mainonnan olevan passiivista ja YouTuben leluvideoiden olevan aktiivista markkinointia. Televisioon verrattuna YouTube tarjoaa tarkempia ja reaaliaikaisempia tilastotietoja. ¹⁵⁰

Buissink kertoo leluvalmistajille artikkelissaan mistä tunnistaa hyvän lelukanavan mahdollista yhteistyökumppania etsiessään. Kanavan pitää olla vähintään vuoden ikäinen, sen pitää julkaista ainakin kaksi videota viikossa ja tilaajia pitää olla vähintään 10 000. Sopimuksia voi olla erilaisia, kuten esimerkiksi lelujen tarjoaminen ilmaiseksi arvioitavaksi ja sen lisäksi kiinteän summan maksaminen tai tietyn summan maksaminen 10 000 tai 100 000 katselukerrasta. Kiinteän summan maksamisesta on se etu, että videon

¹⁴⁵ BuzzFeed 18.7.2014, <https://www.buzzfeed.com/hillaryreinsberg>.

¹⁴⁶ Yle Kuningaskuluttaja 21.9.2016, <https://yle.fi>.

¹⁴⁷ Huffington Post 26.9.2014, <http://www.huffingtonpost.co.uk>.

¹⁴⁸ MoneyInc 15.9.2016, <http://moneyinc.com/unboxing>.

¹⁴⁹ Huffington Post 26.9.2014, <http://www.huffingtonpost.co.uk>.

¹⁵⁰ Spielwarenmesse 4.5.2016, <https://www.spielwarenmesse.de>.

julkaisijan on ilmoitettava YouTubelle kaupallisesta sopimuksesta kolmannen osapuolen kanssa, jonka jälkeen YouTube on varovaisempi mainosten kanssa. Jos videolla esitellään Legoa, niin silloin videosivun yhteydessä ei mainosteta kilpailevan Playmobilin leluja. Jos lelukanavan ylläpitäjä saa ainoastaan lelut ilmaiseksi, niin hänen tulonsa pohjautuvat YouTuben mainontaan, jolloin motivaatio esitellä lelua on pienempi.

Toymakers Are Targeting Your Children Via YouTube's Kid Influencers -uutisartikkelissa kerrottiin, että yritykset eivät välttämättä valitse yhteistyökumppaniksi kanavaa, jolla on eniten tilaajia. Monille sitoutumisen tilastot, kuten kommentit, tykkäykset, jaot, keskimääräiset katseluajat ja kanavan ylläpidon aktiivisuus kommentteihin vastaamisessa, ovat merkittävämpiä tekijöitä yhteistyökumppanin valinnassa.¹⁵¹ Tämä väite on hieman ristiriidassa videoaineistossani havaitsemien kommentointiestojen kanssa (ks. luku 3.5).

Voivatko leluvalmistajat hyötyä jotenkin leluvideoilmioistä muuten kuin yhteistyökumppanuuksilla? Vuonna 2014 leluvideoiden suosion olevan merkittävässä kasvussa Spin Master -leluyrityksen kehittäjät innostuivat myös unboxing-teemasta ja kehittivät sen perusteella lelutarjan, joka unboxaisi itsensä: Hatchimals (Kuva 11)¹⁵². Lelusta tuli vuoden 2016 joulun myyntimenestys ympäri maailmaa, ja kaupoista loppumisen vuoksi sitä myytiin yli puolet korkeammalla hinnalla mm. Ebay-verkkohuutokaupoissa¹⁵³. Bratz- ja Lalaloopsy-nukkeja valmistavan MGA Entertainment -yrityksen toimitusjohtaja Isaac Larian kertoo myös katsovansa leluvideoita, ja on viime vuosina investoinut televisiomainonnan sijaan YouTuben lelukanaviin. Tuotekehittelyssä hän halusi luoda jokaiselle lapselle todellisen unboxing-lelun, josta kukaan ei etukäteen tiedä mitä sen sisältä paljastuu. Sen seurauksena yrityksen leluvideoissa usein toistuvista yllätyselementeistä koostuva L.O.L. Big Surprise -lelu (Kuva 11) nousi vuoden 2017 halutuimpien lelujen joukkoon ja se myytiin loppuun ensimmäisenä myyntipäivänä Toys R Us -kaupoista ja Amazon-verkkokaupasta ilman ensimmäistäkään televisiomainosta. Leluvideoilmiö vaikutti siis sekä lelun valmistukseen että sen markkinointiin.¹⁵⁴

¹⁵¹ Bloomberg Businessweek 18.10.2017, <https://www.bloomberg.com>.

¹⁵² The Globe and Mail 18.11.2016, <https://www.theglobeandmail.com>.

¹⁵³ Dholakia 2017, 1.

¹⁵⁴ Bloomberg Businessweek 18.10.2017, <https://www.bloomberg.com>.



Kuva 11. Esimerkit yllätyksellisistä leluista, joihin YouTube ja unboxing ovat vaikuttaneet. Vasemmalla on Hatchimals-sarjan Owlicorns-lelu ja oikealla L.O.L Surprise Big Surprise. ¹⁵⁵

Lisätietoa aineistoni videoilla esiintyvistä hahmo- ja brändileluista löytyy luvusta 5.3.

4.4 YouTube-verkostot – Tubettajien ja yritysten kumppanit

Mitä katsotuimmiksi lelukanavat tulevat, niin sitä suurempi on todennäköisyys, että ne tekevät yhteistyösopimuksen kolmannen osapuolen kanssa. Yleisimmät yhteistyökumppanit ovat *YouTube-verkostot* eli *monikanavaiset verkot* (eng. *Multi Channel Networks/MCN*), jotka keräävät yhteen menestyneitä YouTube-kanavia ja vastaavat niiden sisältöjen kaupallistamisesta¹⁵⁶. Ne tarjoavat palveluja mm. yleisön kasvattamiseen, sisällön ohjelmointiin, sisällöntuottajien yhteistyöhön, tekijänoikeuksien hallintaan, kaupallistamiseen ja myyntiin liittyvissä asioissa. YouTube-verkoston ja videon tekijän suhde on vähän samanlainen kuin keikkamyyjän tai managerin suhde esiintyvään artistiin.¹⁵⁷ Jenkinsin mukaan ruohonjuuritasolla tuotettu sisältö on monipuolisempaa, kun taas media-yhtiöiden, kuten YouTube-verkostojen, kanssa toteutettu yhteistyö laajentaa katsojamäärää.¹⁵⁸

Aineistoni lelukanavien useimmin mainitut yhteistyökumppanit ovat Maker Studios¹⁵⁹ sekä lasten digitaalisen median startup-yritys Pocket.watch, joka kuvailee itseään

¹⁵⁵ Hatchimals.com 2.4.2018, <http://www.hatchimals.com>; MGA Entertainment 2.4.2018, <https://lolsurprise.mgae.com>.

¹⁵⁶ Vonderau 2016, 361.

¹⁵⁷ Yle Kuningaskuluttaja 21.9.2016, <https://yle.fi>.

¹⁵⁸ Jenkins 2006, 257.

¹⁵⁹ Disneyn Maker Studios havaitsi vuonna 2014 lelukanavien kasvavan näkyvyyden ja teki yhteistyösopimuksen mm. Disney-leluja esittelevän viiden lelukanavan kanssa: AllToyCollector, ToysReviewToys: TheEngineeringFamily, HobbyKidsTV sekä aineistostani löytyvän DisneyCarToys-kanavan kanssa, joka tunnetaan tällä hetkellä nimellä DCToys Sandaroo Kids. Ks. Variety 25.11.2014, <http://variety.com>.

uudenlaiseksi viihdeyhtiöksi ”yhdistäen nykypäivän digitaalisen ruohonjuuritason elinvoimaisuuden klassisen ja eepin tarinankerronnan kestävään voimaan”¹⁶⁰. YouTube-verkoston tapaan Pocket.watch luo, hankkii, jakelee ja ylläpitää lapsille suunnattua sisältöä, mutta monilla eri alustoilla. Tätä eri (sosiaalisen median) palveluissa näkyvää toimintaa kutsutaan *monialustaiseksi verkostoksi (Multi Platform Network)*, johon suuntaan monikanavaisten YouTube-verkostojen on ennustettu siirtyvän¹⁶¹. Maaliskuussa 2017 perustettu Pocket.watch oli jo puolessa vuodessa tehnyt pitkäaikaisia yhteistyösopimuksia mm. Maker Studiosilta lähteneen EvanTubeHD:n, ja Ryan ToysReview:n kanssa. Sopimusten ansiosta kanavien ylläpitäjät saavat apua videoiden jakeluun myös YouTube- ulkopuolella¹⁶². Pocket.watchin yhteistyö tarkoittaa, että kanavien sisältöjä käytetään kaupallisiin mahdollisuuksiin, mukaan lukien merkkituotteet, sponsoroinnit ja lisensointi. YouTube-tilastoja ja uutisia tarjoavan Tubefilterin mukaan Machinima tekee yhteistyötä [토이푸딩] ToyPudding TV:n kanssa.¹⁶³

Yhteistyö ei kuitenkaan ole automaattinen seuraus menestykselle. YouTube-verkostot tarjoavat mahdollisuutta kasvuun vastikkeeksi osasta mainostuloja, mutta jos lelu-kanavan ylläpitäjä on jo hyvin menestynyt eikä halua näkyvyyttä mediassa, niin miksi hänen kannattaisi tehdä yhteistyösopimus ja luopua osasta tulojaan? Tästä syystä on arveltu Fun Toys Collector Disney Toys Review ja Blu Toys Club Surprise -kanavien pysyneen itsenäisinä kanavia¹⁶⁴. Kedoo-statistiikkasivuston mukaan tammikuussa 2018 heidän verkostoksi on merkitty ”Blucollection” viitaten ylläpitäjien luoneen oman YouTube-verkostonsa¹⁶⁵. Siihen kuuluu omien tunnettujen lelu-kanaviensa lisäksi TOYSBR Parque dos Brinquedos Surpresa Brasil, 4Kbluray ja FunToyz Collector.

Lelukanavien tulevaisuuden menestys riippuu siitä, onnistuvatko ne yhteistyökumppanuussopimusten jälkeen säilyttämään katsojia miellyttävän tasapainon sisällön erikoisuuden ja kaupallisuuden välillä.¹⁶⁶

¹⁶⁰ Pocket.watch 1.4.2018, <http://pocket.watch>.

¹⁶¹ Markkinointi & Mainonta 18.8.2015, <https://www.marmai.fi>.

¹⁶² Kidscreen 21.11.2017, <http://kidscreen.com>; KidScreen 26.9.2017, <http://kidscreen.com>.

¹⁶³ Tubefilter 27.2.2017, <http://www.tubefilter.com>.

¹⁶⁴ BuzzFeed 18.7.2014, <https://www.buzzfeed.com/hillaryreinsberg>.

¹⁶⁵ Kedoo 6.1.2018, <https://www.kedoo.com>.

¹⁶⁶ Ramos-Serrano & Herrero-Diz 2016, 115.

5. Katsotuimpien kanavien ja videoiden sisältöjen vertailu

Tutkiessani leluvideoilmioistä kertovia blogi- ja uutisartikkeleita havaitsin, että niissä painottuivat maininnat kaikkein katsotuimpiin kanaviin korostaen joko tekijöiden anonymiteettia tai videoilla esiintyvää lasta. Sisällön puolesta artikkeleissa painottui unboxing-videot. Tässä luvussa halusin selvittää vastaavatko aineistoni leluvideojen katsotuimmat videosisällöt uutis- ja blogiartikkeleissa sekä tutkimuskirjallisuudessa mainittuja sisältöjä. Mitä muuta niistä löytyy unboxing-videoiden ohella?

Valitsin aineistoksi Social Blade¹⁶⁷ -sivuston Top 100 -listalta näyttökertoiltaan kaikkien aikojen katsotuimpia YouTube-kanavia, joissa esiteltiin leluja (Liite 2). Aluksi lukumääräksi kertyi seitsemän kanavaa, joista jätin pois Family Fun Pack -kanavan aineiston keruun ja tutkimisen välisenä aikana tapahtuneiden muutosten vuoksi. Tiedot on koottu 8.10.2017 tunnin aikana, jotta jatkuvasti muutoksessa olevat numeraalisten tietojen muutokset olisivat mahdollisimman pieniä ja luvut vertailukelpoisia keskenään. Käytän kanavistani luomia lyhenteitä myöhemmin tutkimukseni tilastoissa (Taulukko 3).

Taulukko 3. Social Blade -sivuston 8.10.2017 näyttökertoihin perustuen sadan kaikkien aikojen katsotuimman YouTube-kanavan leluvideoihin keskittyneet kanavat, perustamisen ajankohdat, tilaajamäärät, näyttökerrat ja videoiden lukumäärä.

Sijoitus, kanavan nimi, lyhenne	Perustettu	Tilaaja	Näyttökertoja	Videoita
1. Ryan ToysReview (RTR)	16.3.2015	9 293 103	16 114 305 313	885
2. Fun Toys Collector Disney Toys Review (FTC)	13.4.2011	9 506 251	13 329 240 786	2375
3. Baby Big Mouth (BBM)	4.3.2013	6 566 299	8 681 975 846	2494
4. Blu Toys Club Surprise (BTC)	23.12.2010	5 703 187	7 877 077 341	2258
5. [토이푸딩] ToyPudding TV (TP)	13.5.2014	9 480 056	7 533 409 795	1688
6. DCToys Sandaroo Kids (DCT)	16.6.2012	5 564 571	7 369 965 246	3177

Kävin valitsemieni kanavien kymmenen katsotuinta videota läpi yksi kerrallaan näyttökertojen suuruusjärjestyksessä. Tallensin havaintoni luomaani sisällönanalyysipohjaan, jossa oli seuraavat tiedot: näyttökerrat, julkaisuajankohta, kommenttien määrä, tykkäysten ja ei-tykkäysten määrä, kesto, videon teema, juoni, kuvausympäristö, kuvaaja,

¹⁶⁷ Social Blade kokoaa dataa YouTubeista, Twitteristä, Twitchistä ja Instagramista ja luo tilastollisia graafeja ja listoja, joista pystyy seuraamaan edistymistä ja kasvua. Tilastoissa on mukana arviot tienesteistä ja tulevaisuuden ennusteet. Social Blade seuraa tällä hetkellä yli 16,7 miljoonaa YouTube-kanavaa. Ks. Social Blade 31.3.2018, <https://socialblade.com/info>.

näkykö lapsi/lapsia, näkykö muita ihmisiä, musiikki ja ääni, puhuttu kieli, kuvankäsittely/editointi ja kuvausteksti (Liite 1).

5.1 Leluvideokanavien taustat ja sisällöt

Tässä luvussa käyn läpi kaikki aineistoni kanavat näyttökertoihin pohjautuvassa suosituimmuusjärjestyksessä kuvaten niiden lähtökohtia, ylläpitäjiä ja sisältöjä.

Aineistoni pohjalta (Liite 3) Ryan ToysReview -kanavan takana vaikuttaa videoiden perusteella olevan onnellinen 3-henkinen¹⁶⁸ amerikkalainen, Yhdysvalloissa asuva perhe, joka leikkii yhdessä omassa kodissaan ja pihallaan sekä vierailee lapsille suunnatuissa paikoissa. Videoiden päähenkilö on Ryan-poika ja joskus mukana esiintyy myös Ryanin isä, Sophie-täti (joka on hieman Rynan vanhempi tyttö) sekä Princess T -nimellä esiintyvä nainen, joka on myös Ryanin täti. Katsotuimmat videot on kuvannut kameran takaa pojalleen jutteleva äiti. Yhteistä kaikille videoille on alkuosassa toistuva kanavan animoitu logo ja Ryanin tervetuloitus ”Welcome to Ryan ToysReview!” sekä loppuosassa, jossa Ryan kiittää katsojiaan, pyytää tilaamaan kanavansa ja sanoo näkemiin (Kuva 12).



Kuva 12. Kuvakaappaus videolta RTR 08, jossa on mukana Ryan-pojan Princess T -niminen täti. Minni ja Mikki Hiiri -aiheisen videon lopuksi Ryan kiittää katsojia katselusta, muistuttaa kanavan tilaamisesta ja vilkuttaa näkemiin.¹⁶⁹

¹⁶⁸ Uusimmissa videoissa näkyy perheen saaneen lisäystä kaksosilla, jotka ovat myös mukana videoilla jo synnytyslaitoksesta lähtien, esim. *TWIN GIRLS Reveal Ryan ToysReview Newborn baby sisters New Family Members* 10.8.2016, <https://www.youtube.com>. Tutkimusta lasten esiintymisestä verkossa alkuaajoista lähtien, ks. Leaver, Tama & Nansen, Bjorn: *Infancy Online: An Introduction* 2017, <http://journals.sagepub.com>.

¹⁶⁹ Ryan ToysReview 24.8.2015, <https://www.youtube.com>.

Ryanin äiti on kotoisin Vietnamista ja isä Japanista, mikä selittää hänen aasialaistautaisen ulkonäkönsä, joka voi vedota moniin kansainvälisiin katsojiin enemmän kuin vaa-leaihoiset ja -hiuksiset lapset. Kanava sai alkunsa, kun Ryan katseli muiden lasten tekemiä YouTube-videoita, mm. EvanTubeHD- ja Hulyan Maya -kanavilta. Katsomisen jälkeen halusi itsekin tehdä omia videoita. Vanhemmat työstivät ensimmäisiä videoita kesälomallaan harrastuksena eivätkä uskoneet voivansa koskaan tienata rahaa niiden avulla. Ryanin äiti lopetti päivätyönsä pystyäkseen keskittymään YouTube-kanavan tuottamiseen täysipäiväisesti ¹⁷⁰.

Videoilla näkyvät lelut lahjoitetaan hyväntekeväisyyteen, ja ansioita laitetaan rahastoihin sekä säästötillille perheen lasten koulutusta varten. Videoiden teon kerrotaan olevan Ryanille mieluisaa ja toisinaan jopa palkinto: ”Jos olet kiltti poika, niin voimme tänään kuvata yhden videon”. ¹⁷¹ Kanava oli Forbesin jaetulla 8. sijalla vuonna 2017 eniten tienavien YouTube-kanavien joukossa 11 miljoonan dollarin ansioillaan ¹⁷².

Ryan ToysReview -kanavalla on oman pääkanavansa lisäksi viisi oheiskanavaa:

1. **Ryan's Family Review** – vlogi päivittäisestä elämästä ja hauskoista hetkistä Ryanin ja hänen perheensä kanssa. Löytyy myös pelivideoita mm. Robloxista.
2. **Gus the Gummy Gator** – nukke-esitys karkkia rakastavasta alligaattorista nimeltä Gus. Hän menee seikkailuihin, laulaa lauluja ja opettaa lapsille asioita.
3. **Combo Panda** – pelien pelaamista ja peliarvosteluja sisältävä kanava, jossa pelejä esittelee animoitu panda. Toisin kuin muut lapsille suunnatut oheiskanavat, tämä on tarkoitettu kaikenikäisille.
4. **Princess Toys Review** – leluesittelykanava, jossa leluja esittelee Princess T ja hänen ystävänsä Princess Pham. Tarkoitettu naispuolisille katsojille.
5. **ABC Surprises** – opetusviihdettä (*edutainment*¹⁷³) tarjoava kanava, jossa opetetaan yksinkertaisia asioita leluilla. Kanavaa ylläpitää Princess T. ¹⁷⁴

Fun Toys Collector Disney Toys Review -kanavaa on kutsuttu lelujen unboxingin edelläkävijäksi ¹⁷⁵. Kanava on aikaisemmin tunnettu nimillä DC Toys Collector, Fun Toyz Collector, DisneyCollector ja DisneyCollectorBR. Kanava oli lokakuussa 2014 YouTuben

¹⁷⁰ Kauppalehti 11.12.2017, <https://www.kauppalehti.fi>.

¹⁷¹ Philip DeFranco 20.1.2017, <https://youtube.com>;

The Washington Post 11.12.2017, <https://www.washingtonpost.com>.

¹⁷² Forbes 7.12.2017, <https://www.forbes.com>.

¹⁷³ Edutainment tarkoittaa opetusviihdettä eli sisältöä, joka yhdistää opetuksen ja viihteen (education + entertainment). Pelitieto.net 2009, <http://pelitieto.net>.

¹⁷⁴ The YouTubeWiki 2018, <http://youtube.wikia.com>.

¹⁷⁵ Burroughs 2017, 5.

katsotuin kanava 400 miljoonalla näyttökerrallaan ¹⁷⁶. Kyseessä on Brasiliasta kotoisin olevan naisen ylläpitämä kanava, jossa katsotuimpien videoiden aiheena ovat unboxing, Play-Doh-muovailuvaha ja niihin liittyvät lelut (Kuva 13). Välillä avataan yllätysmunia, ja myös muovailuvahaan on piilotettu yllätysleluja. Videoilla puhutaan rauhallisesti englantia¹⁷⁷. Daily Mail -lehden uutisartikkelissa arvioitiin, että kanavan videoiden yksinkertaisuus olisi syynä niiden suureen suosioon alle neljävuotiaiden keskuudessa ¹⁷⁸.



Kuva 13. Kuvakaappaus videosta FTC 05, jossa unboxataan Play-Doh- ja Trollytech-muovailuvahajäätelöpakkaukset. ¹⁷⁹

Fun Toys Collector Disney Toys Review -kanavan katsotuimmat videot ovat vuosilta 2013–2015 (Liite 4). Kanavan ollessa YouTube'n katsotuimpia vuosina 2014, media kiinnitti huomiota ylläpitäjän anonyymiuteen ja pyrki selvittämään kuka tai ketkä olivat kanavan takana. Lehdet arvioivat, että vastaavalla formaatilla toimiva Blu Toys Club Surprise -kanavan miespuolinen ylläpitäjä olisi naisen puoliso. Kun Daily Mail -lehti paljasti leluvideoiden tekijän olevan tosiaan Blu Toys Club Surprise -kanavan ylläpitäjän puoliso, mutta myös entinen aikuisviihdealan esiintyjä, se kasvatti moraalipaniikkia kanavan leluvideoiden ympärillä ¹⁸⁰.

¹⁷⁶ The Guardian 8.4.2015, <https://www.theguardian.com>.

¹⁷⁷ Kanavan varhaisimmissa videoissa puhuttiin portugalia, mutta yksikään niistä ei ollut katsotuimpien videoiden joukossa.

¹⁷⁸ Daily Mail 24.2.2015, <http://www.dailymail.co.uk/news>.

¹⁷⁹ FunToys Collector Disney Toys Review 27.8.2014, <https://www.youtube.com>.

¹⁸⁰ Daily Mail 24.2.2015, <http://www.dailymail.co.uk/news>; Craig & Cunningham 2017, 79.

Yllätysmunia ja opetusvideoita sisältävä Baby Big Mouth -lelukanava hyödyntää videoiltaan paljon animaatioita, tekstejä, numeroita, värejä ja äänitehosteita (Liite 5). Englanniksi innostuneesti selostava mies avaa yllätysmunia, geelimäistä limaa ja puristeltavia taikapalloja sisältäviä purkkeja sekä M&M-karkkirasioita. Aineistoni Baby Big Mouth -videoissa näkyy ei näy ihmisiä, vaan ainoastaan mieshenkilön kädet.

Sisällön painotus on yllätysmunissa ja selkeästi muita kanavia enemmän opetuksellisudessa (Kuva 14). Tämä on aineistoni ainoa kanava, joka ei ole liittynyt mihinkään YouTube-verkostoon eikä suuresta suosiosta huolimatta siitä löytynyt artikkeleita.



Kuva 14. Kuvakaappaus videosta BBM 10, jossa mies rakentaa sateenkaaren Smarties-karkeista, ja lopuksi käy opettavaisesti läpi siinä esiintyvät värit. Kanavan logo näkyy vesileimana videon oikeassa reunassa. ¹⁸¹

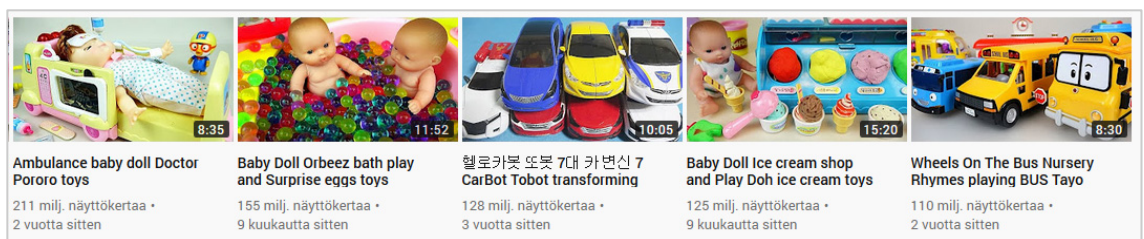
Blu Toys Club Surprise -kanava on perustettu 23.12.2010 ja se on aineistoni vanhin kanava. Aikaisemmin se on tunnettu nimillä MCCollectibles ja BluCollection. Pääosin lelujen leluesittely-, unboxing- ja yllätysmunavideoita sisältävän kanavan videoissa näkyy miehen kädet. Kamera on paikallaan jalustalla, ja osassa videoita mies selostaa esitettävistä leluista rauhallisesti, murretulla englannin kielellä. Katsotuimmat videot on tehty vuosina 2012–2016 (Liite 6), ja niiden joukossa oli myös aineistoni pitkäkestoisin video, jossa avattiin 105 yllätystä (Kuva 15).

¹⁸¹ Baby Big Mouth 12.6.2015, <https://www.youtube.com>.



Kuva 15. Kuvakaappaus videosta BTC 04, joka oli aineistoni pitkäkestoinen video (1 h). Videolla avattiin 105 yllätystä, joista osa oli uusia suklaa- ja yllätysmunia lelusisältöineen, mutta osa uudelleen rasioihin ja munanmuotoisiin purkkeihin piilotettuja leluja. Mm. tässä videossa tarkennus meni usein pois kohteesta. ¹⁸²

[토이푸딩] ToyPudding TV on aineistoni ainoa selkeästi muualle kuin länsimaihin sijoittuva kanava. Kaikki kanavalla esiteltävät lelut puretaan koreankielisistä laatikoista ja niiden hahmot, kuten Pororo, Robocar Poli, Tayo The Little Bus ja Tobot, ovat eteläkorealaisia piirroshahmoja (Kuva 16). Kanava on onnistunut hakukonelöydettävyydessä, sillä haettaessa Googlestä ”Baby doll” tulee esiin kyseisen kanavan videoita, joissa esiintyy tyttö-nukke.



Kuva 16. Kuvakaappaus [토이푸딩] ToyPudding TV -kanavan 2.–6. katsotuimpien videoiden esikatselukuvista. Nukkelelujen ohella otsikoissa ja kuvissa näkyy Etelä-Koreassa suosittuja leluhahmoja: Pororo, CarBot, Tobot sekä Tayo-bussi. ¹⁸³

¹⁸² Blu Toys Club Surprise 31.10.2014, <https://www.youtube.com>.

¹⁸³ [토이푸딩] ToyPudding TV -YouTube-kanava 8.10.2017, <https://www.youtube.com>.

[토이푸딩] ToyPudding TV on aineistoni toisiksi uusin kanava, ja se erottui muista sisällöllään, tilaaja/näyttökerrat-suhdeluvullaan (ks. luku 5.4) sekä videoiden hyvin lyhyillä kuvausteksteillään. Videoilla ei puhuta ollenkaan, vaan kaikki äänet tulevat leluista ja pakkausten avausäänistä, taustamusiikista sekä leikkiä tehostamaan laitetuista äänitehosteista (Liite 7).

DCToys Sandaroo Kids -kanavalta löytyy monipuolista sisältöä katsotuimpien videoiden joukosta: yhdessä leikkimistä perheen kesken, yllätys- ja unboxing-videoita sekä lelu-leikkejä ”Kuka löytää eniten yllätysleluja?” -haasteineen (Kuva 17). Vuonna 2012 perustettu kanava on Sandra-nimisen äidin ylläpitämä. Videoilla hän leikkii leluilla ja pukeutuu lastensa Alexin, Avan ja Adamin kanssa. Videoilla myös jekkuillaan ja opetetaan lapsille värejä. Vuonna 2014 kanava teki yhteistyösopimuksen Disneyn Maker Studios -yrityksen kanssa ¹⁸⁴.



Kuva 17. Kuvakaappaus videolta DCT 05, jossa kanavan ylläpitäjä Sandra ja Hämähäkkimies-asuun pukeutunut mies tekevät haasteen kumpi löytää enemmän leluja neulalla puhkaisse- miensa ilmapallojen sisältä. ¹⁸⁵

Aineistoa tallentaessa 8.10.2017 kanava oli nimeltään DisneyCarToys, joka esiintyy yhä useiden videoiden kuvausteksteissä (Liite 8). Kanava on mainittu joidenkin videoidensa vuoksi ElsaGate-syytöksissä niin DisneyCarToys kuin DCToys Sandaroo Kids -nimillä, minkä seurauksena YouTube poisti hetkellisesti kanavan kokonaan palvelustaan ¹⁸⁶. Kanavalla on myös useita oheiskanavia, joiden ylläpitoon osallistuu koko perhe:

¹⁸⁴ Variety 25.11.2014, <http://variety.com>.

¹⁸⁵ DCToys Sandaroo Kids 30.1.2015, <https://www.youtube.com>.

¹⁸⁶ Medium 19.10.2017, <https://medium.com>.

ToysReviewToys (ylläpitäjänä puoliso Mike), AllToyCollector (sisko Valerie), Grandma Toys (Sandran äiti), Batman's Club (puoliso Mike ja poikansa Alex), Sandaroo Family (perheen päivittäiseen arkeen keskittyvä kanava) sekä Sandaroo Stories (Barbie-sketseille omistettu kanava).¹⁸⁷

5.2 Sisältöjen teemat ja äänimaailma

EvanTubeHD-lelukanavaa tutkineet Marina Ramos-Serrano ja Paula Herrero-Diz kategorisoivat videot pohjautuen kanavan kuvauksessa mainittuihin teemoihin (1–4) sekä tutkijoiden itse havaitsemiin usein toistuviin teemoihin (5–9) seuraavasti:

1. **Unboxing:** pakkaus avataan, sen sisältö rakennetaan ja analysoidaan.
2. **Meet & greet:** fanien tapaamista.
3. **Tutoriaali:** selitystä miten voi tehdä jotain monivaiheista.
4. **Haaste:** pelit ja haasteet.
5. **Tuoteanalyysi:** tuote analysoidaan yksityiskohtaisesti, vaikka pakkauksen avausvaihetta ei näytetä.
6. **Tuotevalikoima:** arvostelu saman valmistajan tuotekokoelmasta. Poikkeaa tuoteanalyysistä tarjoten vähemmän yksityiskohtia tuotteista.
7. **Tarina:** tuote on tarinan päähahmo.
8. **Tarina+tuoteanalyysi:** sisällöltään kaksiosainen video, joka jakautuu tarinaan ja tuotteen analyysiin.
9. **Tv-esiintyminen:** Evan tai hänen siskonsa esiintyvät mediassa.¹⁸⁸

Vertailin aineistoni sisältöjä yllä olevaan listaan. Vastaavanlainen kategorisointi ei soveltunut omaan tutkimukseen, sillä havaitsin aineistostani puuttuvan yllämainituista teemoista kokonaan ”meet & greet” ja ”tv-esiintyminen”. Myös ”tuoteanalyysi” on hieman epäselvä määritelmä – onko kyseessä ”tuoteanalyysi”, jos leluilla vain leikitään, mutta videossa ei ole puhetta eikä mitään viitettä siihen onko tuote mieluisa vai ei? Tätä varten loin lisäkategorian ”leikkihetki”, jonka voisi nimetä ”Let’s play” -tyylisten pelataan-/pelivideoiden¹⁸⁹ tapaan myös leikitään-/leikkivideoiksi. Olin havainnut aineistossani lisäksi opettavaista sisältöä, jonka halusin nostaa omaksi teemaksi.

¹⁸⁷ The YouTubeWiki 2018, <http://youtube.wikia.com>.

¹⁸⁸ Ramos-Serrano & Herrero-Diz 2016, 95.

¹⁸⁹ Pelivideot (*Let’s Play, LP*) ovat kerrontaa videopelien pelaamisesta. Valittu peli pelataan vaapaassa tempossa ja pelivideon tekijä on päättänyt kerrontatavan. Tärkeintä on esitellä pelin pelattavuutta. YouTuben pelivideot voidaan laskea eräänlaiseksi vlogaamiseksi tai pelipäiväkirjoiksi. Kerttula 2016, 1–2, 12.

Edellä mainittua listaa soveltaen toteutin katsotuimpien leluvideoiden aineistosta seuraavat teemat:

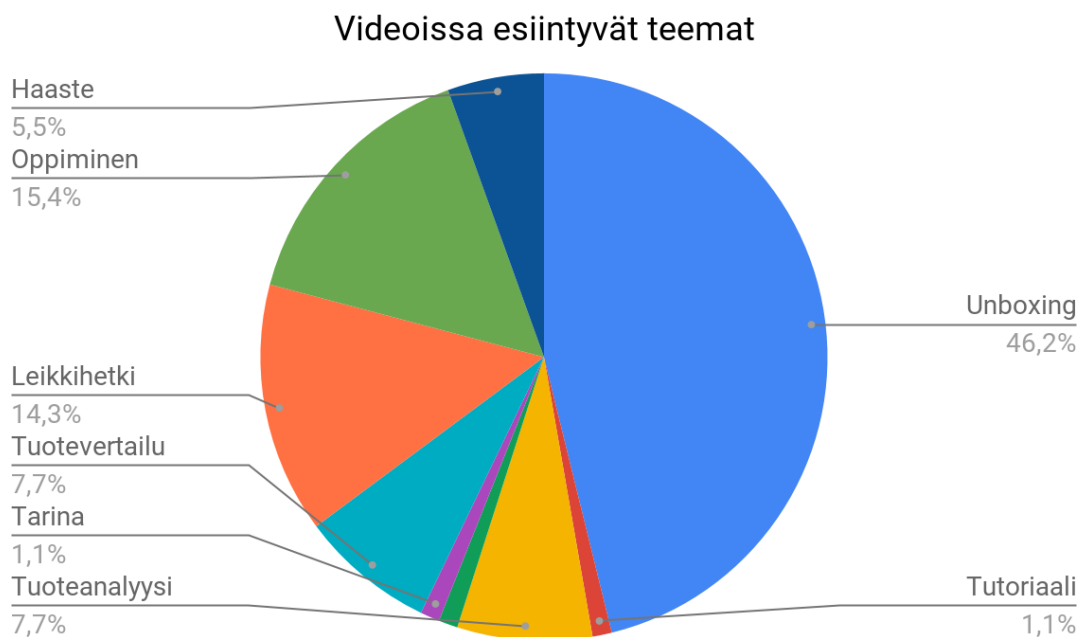
1. **Unboxing:** pakkaus avataan, sen sisältö otetaan esiin ja mahdollisesti rakennetaan sekä esitetään kameralle (usein leikin kera).
2. **Tutoriaali:** videolla esitetään miten voi tehdä jotain monivaiheista.
3. **Tuoteanalyysi:** tuotetta esitellään kameralle yksityiskohtaisesti ja leikin kautta, vaikka pakkauksen avausvaihetta ei näytetä.
4. **Tuotevalikoima:** arvostelu saman valmistajan tuotekokoelmasta. Poikkeaa tuoteanalyysistä tarjoten vähemmän yksityiskohtia tuotteista.
5. **Tarina:** tuote on tarinan päähahmo.
6. **Tuotevertailu:** verrataan esim. unboxattua lelua toiseen vastaavanlaiseen leluun.
7. **Leikkihetki:** videolla leikitään ilman unboxausta ja yksityiskohtaista tuote-esittelyä. Leikissä voi olla mukana voi olla useita eri leluja.
8. **Oppiminen:** videolla on opettavaista sisältöä, kuten värien, numeroiden tai kirjainten opettelua lelujen avulla.
9. **Haaste:** pelit ja haasteet.

Alla olevassa taulukossa näkyy, miten usein yllä mainitut teemat toistuivat aineiston videoilla.

Taulukko 4. Aineistoni kanavien katsotuimpien videoiden sisältöjen teemat.

	RTR	FTC	BBM	BTC	TP	DCT
Video 01	1+7	1	1	6+3	1+6	9
Video 02	1+7	1	8	7+8	1	7
Video 03	7	1+8	1+8	1	1+7	7
Video 04	1+7	1+8	1+8	1	3	1+9
Video 05	7	1	1+8	1+2	1	1+9
Video 06	7	1	8	3	1+6	5
Video 07	1+7	1	8	6+3+8	1	1
Video 08	1	1+6	1+8	6+1+4	1	1+9
Video 09	7	1+8	1+8	1	3	1+3
Video 10	1+7	1	1+8	3	1+6	1+9

Yhdellä videolla saattoi toistua 1–3 eri teemaa. Teemojen kokonaisesiintymä näkyy alla olevasta kuvasta.



Kuva 18. Videoissa esiintyvät teemat ottaen huomioon kaikki esiintymät. Yhdellä videolla voi esiintyä 1–3 eri teemaa.

Aineistoni ainoa haasteita hyödyntävä kanava oli DCToys Sandaroo Kids (DCT 01, 04, 05, 08, 10, Liite 8). Opettavaista aineistoa löytyi eniten Baby Big Mouth -kanavalta, joista 9/10 videosta sisälsi värien, numeroiden ja/tai kirjainten opettelua unboxingin ohessa (Liite 5). Unboxingia esiintyi uusien lelujen ohella mm. Ryan ToysReview -kanavalla Ryan-pojan vanhojen, piilotettujen lelujen uudelleen avaamisena sekä yllätysmunien avauksena leikkihetkien ohessa. Tutoriaaleja löytyi vain yksi, kun Blu Toys Club Surprise -kanavan BTC 05: "Popin' Cookin' DIY candy kit Maker # 6 Animals Gummy Land グミランド Oekaki by Kracie グミキャンディーキット" -videossa näytettiin yksityiskohtaisesti, miten tehdään karkkeja.

Tutkimukseni osoittaa, että yleisesti niin tutkimus- kuin uutisartikkeleissa lelukanaviin viitataan usein lelujen unboxing -kanavina ¹⁹⁰, vaikka katsotuimpien kanavien katsotuisista videoista 28 % (17/60) sisälsi täysin muuta kuin unboxingia. Lisäksi monen videon osalta laskin teemaksi unboxingin mukaan, jos videolla avattiin yksikin yllätysmuna. Yllätysmunia olivat mm. suklaamunat, kuten Kinderit ja niiden (uudelleen täytetytkin) kotelot. Joihinkin videoihin oli askarreltu itse jättiyllätysmunia (RTR 02, 08, 10, Liite 3). Yllätysmunat vaikuttivat olevan yhdistävä tekijä kanavien välillä. Vaikka lelusisällöt ja

¹⁹⁰ Esim. Craig & Cunningham 2017.

videoilla esiintyvät hahmot vaihtuivat, niin jokaiselta kuudelta lelukanavalla löytyi yllätysmunasisältöä (Taulukko 5). Yhteensä yllätysmunia sisältäviä videoita oli lähes puolet kaikista: 45 % (27/60)

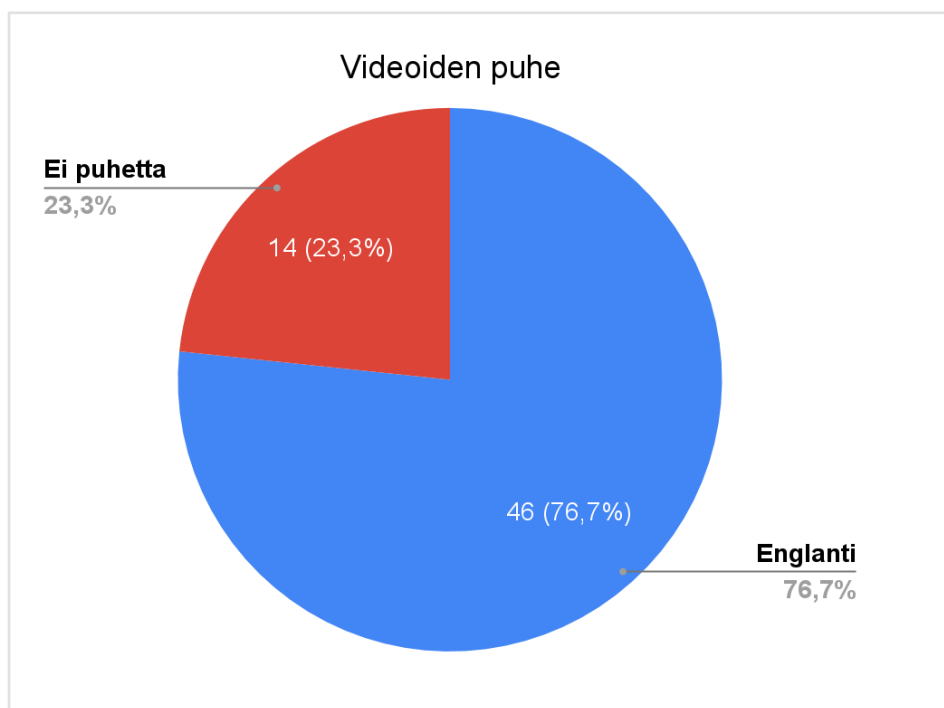
Taulukko 5. Yllätysmunien esiintyminen aineistoni kanavien katsotuimmissa videoissa.

	RTR	FTC	BBM	BTC	TP	DCT
Video 01	X		X			
Video 02	X	X				
Video 03		X	X	X	X	
Video 04	X		X	X		X
Video 05			X			
Video 06	X					
Video 07	X	X			X	X
Video 08	X		X		X	
Video 09		X	X			X
Video 10	X		X			X

Family Toys Collector -kanavan ylläpitäjä Mark Buissink huomasi kävijätilastoista, että hänen hollanniksi puhutulla lelukanavalla on katsojia yli 180 eri maasta. Hänen mukaansa lapsille pääasia ei ole videoiden puhuttu kieli vaan lelut.¹⁹¹ Kielitaidottomuus ja puheen ymmärtämisen puute eivät vaikuta leikki-ikäisten katsojien motiiveihin katsoa leluvideoita.

Aineistoni videoiden kertoja puhui englantia 76,7 % (46/60) videoista ja loppuissa ei ollut kertojan puhetta ollenkaan (Kuva 19). Leluista saattoi lähteä englanninkielistä ja [토이푸딩] ToyPudding TV -kanavan osalta arviolta koreankielistä puhetta (Liite 7).

¹⁹¹ Spielwarenmesse 4.5.2016, <https://www.spielwarenmesse.de>.



Kuva 19. Englanti oli ylivoimaisesti käytetyin kertojan kieli aineistossani. Vaihtoehtona englanninkielisyydelle oli puheettomuus, jolloin äänimaailma keskittyi lelujen ääniin ja taustamusiikkiin.

5.3 Tunnetut hahmolelut ja brändit merkittävässä roolissa

Leluista tuotetut YouTube-videot hyödyntävät usein leluja, joilla on kasvot eli erilaisia leluhahmoja¹⁹². Suurimmassa osassa aineistoani on mukana leluhahmoja sisällöissä. Elokuviin, animaatiisarjoihin ja peleihin pohjautuvia leluhahmoja oli 83,3 % (50/60) videoista. Usein toistuvia hahmot olivat mm. Disney- ja/tai Pixar-yhtiöiden toteuttamat Salama McQueen, Martti-hinaaja sekä monet muut *Autot*-elokuviin hahmot, *Frozen*-elokuvan Elsa, Anna ja Olaf, *Lentsikat*-elokuviin (eng. *Planes*) Dusty, Toy Story -hahmot, Dory- ja Nemo-kalat, Disneyn eri prinsessahahmot sekä Mikki ja Minni Hiiri.

Nickelodeon- ja Nick Jr -kanaville¹⁹³ tuotettujen animaatioiden hahmoista esiintyivät mm. Ryhmä Hau -koirat, Bubble Guppies, Paavo Pesusieni, Tuomas Veturi, Seikkailija Dora ja Pipsa-possu. Alun perin sarjakuvista tutuksi tulleista supersankareista videoilla näkyivät Turtles-mutanttikilpikonnat, Marvel-sarjan Hämähäkkimies (eng. *Spider-Man*) sekä DC Comicsin Batman. Näiden lisäksi muita animaatiohahmoja olivat Napero, *Itse ilkimys*-elokuviista (eng. *Despicable Me*) tutuksi tulleet Kätyrit (eng. *Minions*), Tayo-bussi, Pororo-pingviini, Hello Kitty, Puuha Pete, Tähtien sota -hahmolelut, Larvat, Tobot, Robocar Poli, Sesame Streetin Cookie Monster ja Elmo, Shopkins, Lego-hahmot, erilaiset nuket

¹⁹² Heljakka 2013.

¹⁹³ Nickelodeon ja Nick Jr ovat yhdysvaltalaisen mediayhtiö Viacom:n omistamia televisiokanavia, joiden sisältö on suunnattu lapsille ja nuorille. Viacom 21.4.2018, <http://www.viacom.com>.

sekä Hasbron¹⁹⁴ My Little Pony -lelut ja Transformers-robottiautot. Pelimaailmasta edustettuja hahmoja olivat Angry Birds, Mario ja Luigi sekä Minecraft-lelut. Jotkut hahmot näkyivät videoissa useita kertoja myös eri leluversioina (Kuva 20). Hahmolelujen lisäksi videoilla toistuivat Play-Doh-muovailuvahasetit ja Hot Wheels -autot.



Kuva 20. Ryan ToysReview -kanavalla näkyy usein *Autot*-elokuvien hahmolelut. RTR 10 -videossa Salama McQueen näkyi pojan paidassa ja kengissä, potkulaudassa, ajettavassa leluautossa, teltassa sekä repussa, josta paljastui paljon lisää *Autot*-elokuvien leluja.¹⁹⁵

Uglydoll-leluvideoita tutkinut Katriina Heljakka on todennut, miten fyysiset ja digitaaliset leikkikentät tallentuvat YouTube-videoille ja dokumentoivat samalla länsimaalaista, massatuotettua ja kaupallista leikkikulttuuria yksittäisiä leluhahmoja laajemmin¹⁹⁶. Aineistoni 5/6 videokanavasta oli sijoitettavissa selkeästi Yhdysvaltoihin tai länsimaalaiseen kulttuuriin¹⁹⁷, mutta poikkeuksen teki korealainen [토이푸딩] ToyPudding TV, jossa pääsi näkemään millaiset lelut ovat suosittuja Koreassa ja millaisia lelu-pakkauksia siellä myydään (Liite 7).

YouTube mahdollisti mm. korealaisen Iconix Entertainment -viihdeyrityksen *Pororo the Little Penguin* sekä *Tayo the Little Bus* -piirrossarjojen globaalin levikin ja nousun muun maailman tietoisuuteen – ja lasten suosikeiksi – murto-osalla kuluista, joita olisi menneet

¹⁹⁴ Hasbro teki vuonna 2015 yhteistyösopimuksen Disneyn kanssa Disney Princess ja Disney Frozen -nukkejen valmistuksesta. Uusi sopimus katkaisi vuodesta 1955 lähtien kestäneen yhteistyön Mattel-lelu-yhtiön kanssa. Daily Mail 31.12.2015, <http://www.dailymail.co.uk>.

¹⁹⁵ Ryan ToysReview -YouTube-kanava 19.8.2015, <https://www.youtube.com>.

¹⁹⁶ Heljakka 2013.

¹⁹⁷ Länsimaisella kulttuurilla tarkoitetaan eurooppalaista kulttuuria ja eurooppalaisten siirtolaisten jatkamaa kulttuuria Amerikassa. Tiede 10.7.2013, <https://www.tiede.fi>.

levikin hankkimiseen perinteisellä tavalla. Samalla myös mm. [토이푸딩] ToyPudding TV -lelukanavan katsotuimmissa videoissa esiintyvät sarjojen hahmolelut ovat nyt haluttuja ympäri maailman.¹⁹⁸

EvanTubeHD-lelukanavaa tutkineet Marina Ramos-Serrano ja Paula Herrero-Diz havaitsivat, että videoilla oli vähintään yksi brändinimi otsikossa. Tein samankaltaisen vertailun omalle aineistolle, jonka tulokset näkyvät alla olevassa taulukossa.

Taulukko 6. Kuinka monen videon otsikossa mainitaan jonkin brändin nimi vähintään kerran.

	RTR	FTC	BBM	BTC	TP	DCT
Video 01	X	X	X	X	X	X
Video 02	X	X		X	X	X
Video 03		X	X	X	X	X
Video 04	X	X	X	X	X	
Video 05	X	X		X	X	X
Video 06	X	X		X	X	X
Video 07	X	X		X	X	X
Video 08	X	X	X	X	X	X
Video 09	X	X	X	X	X	X
Video 10	X	X	X	X	X	X

Erilaiset brändit mainittiin vähintään kerran 90 % (54/60) katsotuimpien videoiden otsikoissa. Brändeistä mainittiin karkkeja (mm. Kinder, M&M, Smarties), viihdeyhtiöt (Disney ja Pixar), leluvalmistajat (Play-Doh, Orbeez) sekä paljon lasten suosimia piirros- ja leluhahmoja, kuten ”Elsa”, ”Lightning McQueen” eli Salama McQueen sekä ”Paw Patrol” (suom. Ryhmä Hau).

Joidenkin kanavien osalta on havaittavissa tekijöiltä yritystä saada video nousemaan YouTuben ja Googlen hakutuloksissa syöttämällä lasten keskuudessa tunnettujen leluhahmojen nimiä otsikoihin ja kuvauksiin niin englanniksi kuin monille muille kielille käännettynä. Merkitsin sinisellä Fun Toys Collector Disney Toys Review -kanavan toiseksi katsotuimman videon otsikosta ja kuvauksesta löytyneet hahmolelut ja niihin viittaavat nimet:

¹⁹⁸ Korea JoongAng Daily 21.7.2015, <http://koreajoongangdaily.joins.com>.

FTC 02: Giant Princess Kinder Surprise Eggs Disney Frozen Elsa Anna Minnie Mickey Play-Doh Huevos Sorpresa

https://www.youtube.com/watch?v=W_RtO... Hey guys, today I'm opening several Easter Surprise Eggs as well as Kinder Surprise from different Movies Cartoon characters such as Disney Frozen [Olaf the snowman](#), [Angry Birds](#), [Princess Anna](#), [Snow Queen Elsa](#), Nick Jr. [Bob the Builder](#), [Winnie the Pooh](#) Hunny Pot, [Hello Kitty](#) Choco Treasure, Giant [Disney Princess](#) Chocolate Huevo [Scooby-Doo](#) Cartoon Network, [Princess Snow White](#), [Uncle Scrooge](#), Giant [Minnie Mouse](#) egg, [Princess Cinderella](#), Disney Junior [Mickey Mouse](#) Clubhouse, Adventures of [Spiderman](#), Pixar [Monsters University](#), Playdoh Surprise [Peppa Pig](#), Disney [Frozen Trolls](#), Play Doh [Doc McStuffins](#), Disney Pixar Cars 2 [Flo Micro Drifters Car](#), Playdough [Monsters Inc.](#), [Toy Story Slinky](#), Giant [Sofia the First](#) Egg & Play-Doh [Jake and the Neverland Pirates](#). THX 4 watching Sorpresa Huevos de cioccolato con juego juguete from Disneycollector toychannel. Los Ovetti di Pasqua preferito dai bambini. Music from Kevin Macleod.

Tekstikenttiin voi syöttää myös epäoleellisia, mutta suosittuja hakusanoja saadakseen videolle lisää näkyvyyttä ja katselukertoja ¹⁹⁹. Tällaista käytäntöä esiintyi esim. Ryan ToysReview -kanavan videolla ”*Kid Playing Outside riding car blowing bubbles with Giant Frozen Elsa Doll Ryan ToysReview*”, jossa otsikossa ja kuvauksessa näkyvästi mainittu Elsa-nukke näkyi videolla pienessä roolissa muun leikin ohessa eikä nukkea missään vaiheessa esitelty kameralle. Aineiston tallentamisen ja analysoinnin välissä otsikkoa oli muutettu ja jätetty Elsa-maininta pois: ”*Kid Playing Outside riding car and playing with Bubbles!*”.

5.4 Tilaajien ja näyttökertojen merkitys leluکانavissa

Leikki-ikäiset katsojat eivät ymmärrä ja osaa tilata kanavaa ilman opetusta. Vanhemmat sen sijaan voivat tilata sopivia kanavia lapsilleen, jotta niiden sisällöt olisivat jatkossa helpompi löytää uudelleen ja jotta YouTube ehdottaisi samankaltaista sisältöä. Koska kanaviin sitoutuminen ja niiden tilaaminen ei ole pääasia leikki-ikäisille, niin kanavien näyttökerrat voivat olla suurempia kuin julkkisten, mutta tilaajamäärät pienempiä.

Tämän osoittaa tekemäni vertailu tilaajamäärät/näyttökerrat-suhdeluvuissa (Taulukko 7) leluvideokanavien ja esimerkiksi nuorille katsojille suunnattujen PewPiePie- ja JustinBieberVevo-kanavien välillä ²⁰⁰.

¹⁹⁹ Burgess & Green 2009, 8.

²⁰⁰ Lelukanavien näyttökerrat/tilaajat-tiedot on tallennettu 8.10.2018 ja vertailukanavien PewDiePien (15 706 566 516 / 56 207 871) sekä JustinBieberVevon (15 645 303 022 / 30 236 731) 16.1.2018.

Taulukko 7. Vertailu aineiston lelukanavien ja kahden nuorille suunnatun YouTube-kanavan tilaajat/näyttökerrat-suhdeluvussa.

YouTube-kanava	Tilaajat/näyttökerrat-suhdeluku
Ryan ToysReview	5,77 %
Fun Toys Collector Disney Toys Review	7,13 %
Baby Big Mouth	7,56 %
Blu Toys Club Surprise	7,24 %
[토이푸딩] ToyPudding TV	12,58 %
DCToys Sandaroo Kids	7,55 %
Vertailukanava 1: PewDiePie	35,79 %
Vertailukanava 2: JustinBieberVevo	19,33 %

Länsimaisten lelukanavien luvut jäävät alle 8 prosenttiin, mutta korealainen [토이푸딩] ToyPudding TV eroaa niistä 12,58 prosentin lukemallaan. Vertailtavat kanavat saavat suhdeluvut 19,33 % ja 35,79 %, mikä antaa viitettä siihen, ettei leluvideokanavia tilata yhtä usein suurista näyttökerroista huolimatta. YouTube Kids -sovelluksen kautta lapsilla ei ole edes teknisesti mahdollisuutta tilata kanavaa eikä jakaa, kommentoida tai ilmaista tykkäyksiään videoihin.

Käydessäni läpi videoaineistoa huomasin neljän kuukauden sisällä tapahtuneen muutoksia niin kanavien nimissä, videoiden otsikoissa sekä kommentoinnissa. Vaikka kommentit eivät olleet tärkeässä osassa tutkimusaineistoa, olin tallentanut niiden määrän. Kaksi kanavaa, Blu Toys Club Surprise ja Fun Toys Collector Disney Toys Review, olivat jo aineiston tallennuksen aikana poistaneet käytöstä kommentoinnin kaikista videoistaan. Tietojen analysoinnin aikana huomasin, että näyttökerroiltaan suurin kanava Ryan ToysReview oli myös poistanut kommentointimahdollisuuden kaikista katsotuimmista videoistaan ja Baby Big Mouth kahdesta videosta. Syitä tähän olisi kiinnostavaa tutkia. Omien arvioiden mukaan yksi syy kommentoinnin estämiseen saattaa olla vihapuhe, ja sen myötä halu suojella kasvavaa ja lukemaan oppivaa lasta ilkeiltä kommenteilta.

6. Lopuksi

Leluvideoilmiön mahdollistaja YouTube muuttui nopeasti kaupalliseksi ja mainostajia kiinnostavaksi alustaksi Googlen ostettua yrityksen vuonna 2006. Samoihin aikoihin älypuhelimet alkoivat olla vähitellen perheen lasten käytettävissä saatavilla. Ensimmäisen iPhone'n ilmestymisen jälkeen (2007) syntymästään asti mobiililaitteita käyttäneitä 0–5-vuotiaita on kutsuttu nimellä digitaaperot (eng. *digitods*), sillä he ovat tottuneet käsittelemään kosketusnäyttöjä ja pyyhkäisemään eri suuntiin laitteiden käyttöliittymissä. Teknisten valmiuksien ohella leluvideoilmiön syntyyn ovat vaikuttaneet internetin saatavuuden paraneminen sekä mobiililaitteiden ja -liittymien määrän merkittävä kasvu ympäri maailmaa.

Leluvideoiden ja etenkin niiden unboxing-sisältöjen menestys lähti liikkeelle vuosina 2010–2011 lasten suosiossa olevien lelujen, kuten *Autot*-elokuvan hahmojen esittelyistä. Aluksi YouTube-kanavat hyötyivät monikansallisten media- ja lelu-yhtiöiden tuottamista elokuvista ja tv-sarjoista sekä niiden hahmoihin perustuvista leluista. Sen jälkeen aselema on kääntynyt osittain pääläelleen, kun YouTube'n katsotuimpien lelukanavien ylläpitäjistä on tullut mielipidevaikuttajia, jotka pystyvät inspiroimaan lelu-yhtiöitä menestyksekkäiden unboxing-teemaisten lelujen suunnittelussa. Leluvideoiden tekijät pystyvät myös videoillaan vaikuttamaan esiteltävien lelujen myyntiin perinteistä televisiomainontaa kustannustehokkaammin.

Aineistoni pohjalta havaitsin, että leluvideoilmiöön osallistuu erilaisia tekijöitä, joilla jokaisella on omat roolinsa ja motiivinsa. Yksinkertaisimmillaan YouTube tarjoaa alustan, tekijät toteuttavat videot ja katsojat katsovat niitä. Muita ilmiön osapuolia ovat leluvalmistajat, mainostajat ja YouTube-verkostot. Katsojien yhtenä motiivina arvioidaan videoiden toimivan apuna lelujen valinnassa, vertailussa ja ostopäätöksen teossa. Lapsikatsojille videot ovat etenkin viihdettä, mutta mahdollisesti myös rentoutusta ja mielihyvää aiheuttavaa sisältöä. Unboxing-sisältöisiin videoihin sisältyy viihteen ohella mystiikkaa ja yllätyksiä. Leluvideot voivat antaa katsojilleen myös inspiraatiota ja muistoja.

Tekijöiden motiiveiksi on aineistoni perusteella arvioitu videoiden teko harrastuksena sekä luovan itseilmaisun toteuttaminen. Vaikka kanava olisi perustettu harrastusmielessä, niin sen motiivit voivat muuttua rahan ansaitsemiseksi kanavan näyttökertojen ja tilaajamäärien kasvaessa. Harrastus muuttuu työnteoksi ja tällöin kuvioon astuvat usein YouTube-verkostot ja muut yhteistyökumppanit, jotka pyrkivät hyötymään mielipidevaikuttajan saamasta vallasta. Tekijä puolestaan saa kumppaneiltaan tukea yleisön kasvatamiseen, sisällön ohjelmointiin, sisällöntuottajien yhteistyöhön, tekijänoikeuksien hallintaan sekä kaupallistamiseen ja myyntiin liittyviin asioihin. Sopimuksen solmimisen jälkeen YouTube-verkostot voivat tehdä yhteistyötä leluvalmistajien ja muiden mainostajien

kanssa, jolloin tekijä sitoutuu esittelemään heidän tuotteitaan videolla. Leluvideoilmiötä on aiheesta kritisoitu lapsityövoimasta, johon osallistuvat huoltajien lisäksi myös lasten vaikutusvallasta hyötyä yrittävät yhteistyökumppanit.

Leluvalmistajien rooli ilmiössä on moniosainen: he voivat tehdä suoraan ylläpitäjän kanssa tai YouTube-verkoston kautta sopimuksen tuotteidensa esittelystä lelukanavalla. He voivat myös ostaa mainontaa Google AdSense -palvelun kautta saaden näkyvyyttä monelle eri YouTube-kanavalle ja -videolle. Ilmiötä voi hyödyntää myös uusien tuotteiden suunnittelussa, kuten on nähty unboxing-videoista ideansa saaneissa Hatchimals ja L.O.L. Big Surprise -leluissa.

Katsotuimpien lelukanavien videoita tutkimalla havaitsin leluvideoilmiön olevan sisällöltään merkittävästi laajempi kuin uutis- ja tutkimusartikkeleissa on kuvattu. Vaikka iso osa videoista oli sisällöltään unboxing-teemaisia, niin mukana oli mittava määrä videoita, joissa korostui yhdessä leikkiminen perheen kesken, lelujen esittely ilman unboxing-vaihetta sekä opetuksellisuus numeroiden ja värien kanssa. Havaitsin, että unboxing ei välttämättä tarkoita leluvideoiden osalta uuden avaamattoman pakkauksen avaamista, vaan leluja voidaan piilottaa uudelleen munamaisiin koteloihin, itsetehtyihin laatikoihin, reppeeseen, laukkuun, pallomereen sekä ilmapallojen sisälle, joita poksautellaan yllätyksiä etsien. Yllätysmunien osuus videoiden sisällössä oli ennalta-arvaamattoman suuri. Tutkimukseni viittaa, että yksi syy leluvideoilmiön katsotuimmille videoille vaikuttaa olevan unboxing-videoiden yllätyksellisyys ja viihteellisyys.

Tutkimukseni kohteena ei ollut arvioida kaupallisuuden ja yritysyhteistyökumppanien osallisuutta katsotuimpien leluvideoiden sisällöistä, mutta havaitsin, että se olisi ollut hyvin vaikeaa. Videot voivat olla lelusta aidosti kiinnostuneiden fanien toteuttamia tai yritysyhteistyöllä tuotettuja, vaikka mainintaa maksetusta mainossisällöstä ei löydy videosta tai kuvaustekstistä. Näiden lisäksi motiivina voi olla kanavan tilaajamäärien ja näyttökertojen kasvattaminen esittelemällä suosittuja leluja, vaikka sponsoria tai aitoa kiinnostusta tuotteisiin ei olisi. Tällöin kyse voi olla strategiasta, jolloin videoiden kaupallistaminen tai yritysyhteistyökuviot tulevat mukaan kanavan saatua riittävästi tilaajia ja näkyvyyttä.

Leluvideoiden ei tarvitse olla laadukkaita eikä sisältää animaatioita tai muita erikoistehosteita saadakseen miljoonia katsojia. Leluvideoita tuottavan kanavan ei myöskään tarvitse olla osa monikanavaista tai -alustaista YouTube-verkostoa (MCN/MPN), vaikka monet ottavat sellaisen avukseen ja yhteistyökumppanikseen näyttökertojen ja tilaajamäärien kasvaessa. Avaintekijänä menestykseen ovat videoiden näyttökerrat ja kanavan tilaajat. Tulevaisuuden menestys riippuu siitä, onnistuuko yhteistyökumppanuuden solminut kanava säilyttämään katsojia tyydyttävän tasapainon sisällön erikoisuuden ja

kaupallisuuden välillä. Tutkimukseni viittaa, että lapsitubettajien vanhetessa kanavan sisältö muuttuu ja kehittyy lapsen mukana. Tällöin mukaan voi tulla erilaisiin teemoihin, kuten pelaamiseen, painottuvia oheiskanavia.

Videoiden ulkoiset tekijät, kuten otsikko, kuvausteksti ja avainsanat, vaikuttavat niiden löydettävyyteen ja suosioon, mutta ne eivät automaattisesti takaa menestystä. Monet aineistoni kanavista käyttävät merkittävästi tunnettujen brändien ja leluhahmojen nimiä otsikoissa ja kuvausteksteissä, jotta saisivat videon näkyviin niin YouTuben kuin Googlen hakutuloksissa sekä muiden suosittujen videoiden vierellä esitettävissä ehdotetuissa videoissa. Ne kanavat, jotka onnistuvat pärjäämään YouTuben algoritmilla, saavat enemmän katsojia.

Tutkimukseni osoittaa, että YouTuben leluvideoissa esiintyvä digitaalinen leikki voi olla tuottavaa niin tuotekehityksessä, markkinointikeinona kuin taloudellisena ansaintakeinona (ks. luku 4). Osa aineistoni leluvideoista sisältävät myös kasvatuksellista näkökulmaa opettamalla värejä ja numeroita leikin ohessa. YouTube-videoilla tapahtuvan leikin vapaudesta ja mielikuvituksellisuudesta voidaan olla montaa mieltä, kun näkee videolla lapsen toistavan hänelle opetetut vuorosanat.

Leluvideoilmiö on yhä tuore, mutta lapsiperheissä erittäin näkyvä sellainen – olettaen, että lapset saavat käyttää tabletteja ja/tai älypuhelimia YouTuben katsomiseen. Pro gradu -työni tutkimuksen lisäksi olen saanut seurata oman poikani kasvua 3-vuotiaasta leluvideoihin uppoutuvasta katsojasta 6-vuotiaaksi Minecraft- ja Roblox-pelivideoita suosivaksi YouTube-katsojaksi. Samalla olen saanut kuulla, kuinka 2-vuotiaan kummipoikani ensimmäisiä sanoja oli YouTuben leluvideoista opittu ”baun” eli ”brown”, ruskea.

Aloittaessani pro gradu -työtäni koin haasteeksi löytää tutkimuskirjallisuutta ja -artikkeleita leluvideoilmiöstä. Median hämmästyttävä englanninkielisissä uutisartikkeleissa löytyi runsaasti ja muutamia tuoreita tutkimusartikkeleita painottuen erityisesti julkaisuvuosiin 2016–2017. Tutkimuksen valmistumisen siirtyminen vuoteen 2018 oli tutkimuskirjallisuuden lisääntymisen ja monipuolistumisen vuoksi hyvä asia. Aineiston rajausta ja tallennusta aloittaessani arvioin, että leluvideot ovat kestoltaan lyhyitä, mikä mahdollistaisi 60 videon tarkan havainnoinnin. Todellisuudessa katsotuimpien videoiden kestot vaihtelivat lyhimmillään noin minuutin pituisesta (DCT 02, 00:01:03, liite 8) jopa tunnin kestävään (BBM 09, 01:03:51, liite 5) videoon. Videoiden analysointi vei kauemmin kuin olin alun perin suunnitellut ja materiaalia syntyi enemmän kuin pro gradu -työssä pystyin käyttämään, joten jouduin tekemään paljon rajausta. Videoiden kaupallistamisasetuksen ja mainosten näkyvyyden arvioinnin jätin pois, sillä eri päätelaitteet (tietokone, tabletti, älypuhelin) näyttivät eri aikoina eri tuloksia. Kahden aineiston käsittely osoittautui silti mielestäni oikeaksi valinnaksi, sillä pelkästään artikkeliaineistoa käsittelemällä YouTuben

leluvideoista olisi jäänyt suppeampi käsitys artikkeleiden painottuessa erityisesti rahan ansaintaan, unboxing-toimintaan sekä suosittuihin omilla kasvoilla esiintyviin lapsitähtiin.

Keskityin tutkimuksessani leluvideoilmiöstä kertoviin artikkeleihin sekä katsotuimpien leluvideojen videoiden sisältöihin. Tutkimusta voisi jatkaa Marina Ramos-Serranon ja Paula Herrero-Dizin *Unboxing and brands: Youtubers phenomenon through the case study of EvanTubeHD* -tutkimusartikkelin tapaan vertailemalla kanavien vanhimpia ja uusia videoita ja selvittämällä millaisia muutoksia kanavissa ja niiden sisällöissä on tapahtunut. Leluvideoilmiön tutkimista voisi jatkaa ja laajentaa lasten näkökulmasta: miten lapset päätyvät valitsemaan katsomiaan videoita ja miksi he pitävät etenkin unboxing-videoista? Kaupallisesta näkökulmasta voisi tutkia kuinka YouTube-verkostojen kanssa tehdyt sopimukset vaikuttavat kanavien sisältöihin, ja millä eri tavoin yritykset hyödyntävät YouTuben mielipidevaikuttajia. Omassa tutkimuksessani en perehtynyt mitenkään sisällön kaupallistuminen näkyy videoissa ja miten se vaikuttaa kanavan tilaajamääriin ja näyttökertoihin, joten se olisi yksi mahdollinen tutkimusaihe. Myös suomalaisten ylläpitämiin leluvideoihin voisi perehtyä jatkotutkimuksissa, kuten myös miten suomalaiset leluvalmistajat ja -kaupat hyödyntävät YouTubea leluja markkinoidessaan. Sukupuoli ja kulttuuriperintö -kurssille tutkin alustavasti, miten sukupuolittuneet roolit, käytännöt ja lelut näkyvät leluvideoilla, ja havaitsin, että tästäkin aiheesta löytyisi lisää tutkittavaa. Vuonna 2017 leluvideoilmiön ohella esiintyneen – tai kenties jopa sen ansiosta syntyneen – Elagate-nimellä tunnetun lapsille haitallisia sisältöjä tarjoavien kanavien ilmiöstä saisi hyvin tehtyä toisen pro gradu -työn. Miksi lapsille suunnattua häiritsevää, seksuaalista ja väkivaltaista sisältöä toteutetaan ja miksi se saa miljoonia katsojia?

Tutkittavaa riittäisi siis monesta eri näkökulmasta ja tieteenaloilta. Lisäksi saan jäädä äidin roolissa sivusta seuraamaan, onko leluvideoista pelivideoihin siirtyneen poikani seuraava askel ryhtyä itse toteuttamaan YouTube-videoita omalle kanavalleen eli siirtymään passiivisesta digitaalisen kulttuurin leikki-ikäisestä osallistujasta aktiiviseen ja luovaan kouluikäisen osallisuuteen.

Lähteet

Kaikki internet-osoitteet tarkistettu 3.5.2018.

Tutkimusaineisto

YouTube-kanavat

Ryan ToysReview. Perustettu 16.3.2015.

https://www.youtube.com/channel/UChGJGhZ9SOOHvBB0Y4DOO_w

Fun Toys Collector Disney Toys Review. Perustettu 13.4.2011.

<https://www.youtube.com/user/DisneyCollectorBR>

Blu Toys Club Surprise. Perustettu 23.12.2010.

<https://www.youtube.com/user/Blucollection>

[토이푸딩] ToyPudding TV. Perustettu 13.5.2014.

<https://www.youtube.com/user/toypudding>

Baby Big Mouth. Perustettu 4.3.2013.

<https://www.youtube.com/user/ItsBabyBigMouth>

DisneyCarToys (DCToys Sandaroo Kids). Perustettu 16.6.2012.

<https://www.youtube.com/user/DisneyCarToys>

YouTube-leluvideot

Kanavat ja videot ovat käsittelemässäni katsotuimmuusjärjestyksessä järjestystä kuvaavan numeron kera. Kanavien yhteydessä on myös niistä käyttämäni lyhenne.

Ryan ToysReview (RTR):

01: HUGE EGGS SURPRISE TOYS CHALLENGE Inflatable water slide Disney Cars Toys Paw Patrol Spiderman. 13.4.2016.

<https://www.youtube.com/watch?v=jjd-BeTX6U0>

02: 100+ cars toys GIANT EGG SURPRISE OPENING Disney Pixar Lightning McQueen kids video Ryan ToysReview. 1.7.2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=TldIt2RhrDw>

03: Indoor Playground Family Fun Play Area for kids Giant inflatable Slides Children Play Center. 6.11.2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=4TgXgwVndiw>

04: Thomas and Friends GIANT BALL PITS Egg Surprise Toys Hot Wheels Inflatable Toys Kids Video. 7.11.2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=-DceAZ8J2Rc>

05: Chuck E Cheese Family Fun Indoor Games and Activities for Kids Children Play Area Ryan ToysReview. 4.11.2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=tcNY6kt43xs>

06: Giant Chupa Chups Lollipops Gummy Joker Tongue Toy Toilet Candy Gator Gummy Candy Review Kinder Eggs. 29.9.2016.

https://www.youtube.com/watch?v=fY_qGmGT_vM

- 07: BALLOON POP SURPRISE TOYS CHALLENGE giant ball pit in Huge pool Kinder Egg Disney Cars Toys. 23.8.2016.
<https://www.youtube.com/watch?v=T2pCtcVxs8o>
- 08: Disney Junior Videos WORLD BIGGEST GIANT EGG SURPRISE OPENING Mickey Mouse Clubhouse Minnie toys. 24.8.2015.
<https://www.youtube.com/watch?v=VpqnVzyR8Nw>
- 09: Kid Playing Outside riding car blowing bubbles with Giant Frozen Elsa Doll Ryan ToysReview. 27.7.2015.
https://www.youtube.com/watch?v=AP2CsyinF_M
- 10: Disney Cars Toys GIANT EGG SURPRISE OPENING Lightning McQueen Tow Mater Kids Video Ryan ToysReview. 19.8.2015.
<https://www.youtube.com/watch?v=M3PDS9zxsTs>

Fun Toys Collector Disney Toys Review (FTC):

- 01: Play Doh Sparkle Princess Ariel Elsa Anna Disney Frozen MagiClip Glitter Glider Magic Clip Dolls. 11.7.2014.
<https://www.youtube.com/watch?v=l8vzbluvhoo>
- 02: Giant Princess Kinder Surprise Eggs Disney Frozen Elsa Anna Minnie Mickey Play-Doh Huevos Sorpresa. 24.3.2014.
<https://www.youtube.com/watch?v=R91WnllMcNA>
- 03: Teletubbies Stacking Cups Bubble Guppies Surprise Play-Doh Kinder Shopkins Huevos Sorpresa. 23.1.2015.
<https://www.youtube.com/watch?v=yeaj0y-hje4>
- 04: Play-Doh Lunchtime Creations Playset Sweet Shoppe Pizza Sandwiches Cookies by Funtoys. 30.8.2014.
<https://www.youtube.com/watch?v=9JMiR1SyY4E>
- 05: Play Doh Popsicles Scoops 'n Treats DIY Ice Cream Ultimate Rainbow Popsicle Paleta Ghiacciolo. 27.8.2014.
https://www.youtube.com/watch?v=8IY_tuH925w
- 06: Cars Color Changers in Toy Story Slide n Surprise Playground Color Splash Buddies Disney Pixar. 11.2.2013.
<https://www.youtube.com/watch?v=wbKdAvBQUWg>
- 07: Play Doh BUBBLE GUPPIES SURPRISE EGGS Stacking Cups Pocoyo Disney Frozen HelloKitty Kinder PlayDough. 21.11.2014.
<https://www.youtube.com/watch?v=qqO2z3vKIXs>
- 08: Play Doh Shrek 2 Rotten Root Canal Playset Dentist Dr Drill N Fill Play Dough Comparison toys Review. 26.9.2013.
https://www.youtube.com/watch?v=ER_CWcqF36o
- 09: Play Doh Peppa Pig School Bus Pop-up Surprise - Ônibus Escolar Levando Pig George pra Escola. 21.7.2015.
<https://www.youtube.com/watch?v=7LgkdypM8dQ>
- 10: Play Doh Chef Cookie Monster Letter Lunch Learn the ABC Alphabet With Cookie Monster Play Dough. 22.6.2013.
<https://www.youtube.com/watch?v=gKSGkdat7mk>

Baby Big Mouth (BBM):

- 01: NEW Huge 101 Surprise Egg Opening Kinder Surprise Elmo Disney Pixar Cars Mickey Minnie Mouse. 4.6.2014.
<https://www.youtube.com/watch?v=h6szTEZn1m4>
- 02: Learn Colours With Ooze and Glitter Putty! Fun Learning Contest! 3.10.2014. <https://www.youtube.com/watch?v=Nmna2yIpW2Y>
- 03: Learn Colours with Surprise Nesting Eggs! Opening Surprise Eggs with Kinder Egg Inside! Lesson 4. 27.12.2014.
<https://www.youtube.com/watch?v=-igS7zEQd1E>
- 04: Learn Colours with Surprise Nesting Eggs! Opening Surprise Eggs with Kinder Egg Inside! 13.10.2014.
<https://www.youtube.com/watch?v=WhXc4PMNf7o>
- 05: Learn Colours with HUGE JUMBO GIANT Mystery Surprise Eggs! Opening Eggs with Toys and Candy! 5.6.2015.
<https://www.youtube.com/watch?v=2HelULyePYk>
- 06: Learn Colours with Squishy Glitter Foam! Fun Learning Contest! 12.7.2015.
<https://www.youtube.com/watch?v=o15cdxidXx8>
- 07: Learn Colours With Ooze and Putty! Fun Learning Contest! Lesson 2. 20.12.2014. <https://www.youtube.com/watch?v=z7pdf2mr4rU>
- 08: New Learn Colours with Surprise Eggs and a M & M Rainbow! Part 3. 7.8.2015. <https://www.youtube.com/watch?v=bXD2Yisl73o>
- 09: Kinder Surprise Eggs New Best Of Easter Special Edition Mix Toys Candy Unwrapping Opening. 17.4.2014.
<https://www.youtube.com/watch?v=2LYFtmouxS>
- 10: New Learn Colours with Surprise Eggs and a Smarties Rainbow! 12.6.2015.
<https://www.youtube.com/watch?v=ltqRry3BB64>

Blu Toys Club Surprise (BTC):

- 01: Disney Baby Pop-up Pals Surprise Mickey Minnie Goofy Donald Daisy Pluto Dumbo Poppin' Toy. 11.8.2014.
<https://www.youtube.com/watch?v=JZ3TtXjG2tk>
- 02: Paw Patrol Bathtub Paint Learn Colors with Pocoyo & Lightning McQueen Color Changers Cars Water Toys. 1.2.2016.
https://www.youtube.com/watch?v=fBM0-v_HAqM
- 03: 150 Giant Surprise Eggs Kinder CARS StarWars Marvel Avengers LEGO Disney Pixar Nickelodeon Peppa. 4.3.2014.
<https://www.youtube.com/watch?v=SeNM2JcyeLQ>
- 04: Huge 105 Huevos Sorpresa Pocoyo PeppaPig MonsterHigh Disney Frozen Play-Dough Cookie Monster Cars. 31.10.2014.
<https://www.youtube.com/watch?v=gKal4SVt7TE>
- 05: Popin' Cookin' DIY candy kit Maker # 6 Animals Gummy Land グミランド Oekaki by Kracie グミキャンディーキット. 13.2.2015.
<https://www.youtube.com/watch?v=aSz889hdsMY>

06: Play Doh Transformers Autobot Workshop Playset Transform Lightning McQueen in Autobots Disney Cars. 15.9.2013.
<https://www.youtube.com/watch?v=wZINpnFAiUA>

07: Mickey Mouse Clubhouse Pop-Up Pals Surprise Disney Baby Toys - Learn Colors with Dumbo Donald Minnie. 16.5.2015.
<https://www.youtube.com/watch?v=ghqhRagla9M>

08: 4 Pixar CARS Trucks Haulers Mack Hauler Rust-eze, Mood Springs, Octane Gain, Sidewall ToyCollector. 8.9.2012.
<https://www.youtube.com/watch?v=sfG3mHNKv9w>

09: Monster Truck Gear Up n Go Lightning McQueen CARS 2 Buildable Toy From Disney Pixar Toys. 1.9.2012.
<https://www.youtube.com/watch?v=oQiGfOjFpls>

10: Tayo the Little Bus Pop up Surprise Pals 똑똑한 꼬마버스 타요 장난감 тайо маленький автобус. 5.6.2015.
<https://www.youtube.com/watch?v=ZRAo70uG5L0>

[토이푸딩] ToyPuDDing TV (TP):

01: Baby Doll Refrigerator toys & Pororo Food toys. 6.9.2016.
<https://www.youtube.com/watch?v=c0BLr35bmTc>

02: Ambulance baby doll Doctor Pororo toys. 11.6.2015.
https://www.youtube.com/watch?v=OeRs_HElit8

03: Baby Doll Orbeez bath play and Surprise eggs toys. 4.1.2017.
<https://www.youtube.com/watch?v=mGBO5FB0s5o>

04: 헬로카봇 또봇 7대 카 변신 7 CarBot Tobot transforming robot car toys by ToyPuDDing 토이푸딩. 2.10.2014.
https://www.youtube.com/watch?v=j_pSvB2IB3o

05: Baby Doll Ice cream shop and Play Doh ice cream toys. 14.12.2016.
<https://www.youtube.com/watch?v=Qd0Rkm9Hzz0>

06: Wheels On The Bus Nursery Rhymes playing BUS Tayo Poli Pororo toys 로보카폴리 뽀로로 타요 와 버스놀이 장난감. 16.7.2015.
<https://www.youtube.com/watch?v=QXOOI84o8tU>

07: Baby doll house toy with Pororo and Kinder Joy toys play. 18.1.2017.
https://www.youtube.com/watch?v=W_r4AGeeYqk

08: Kinder Joy Surprise eggs & Pororo truck toys 킨더조이 와 뽀로로 트럭과 라바 장난감. 9.12.2015.
<https://www.youtube.com/watch?v=78l0VU2SiLw>

09: Baby doll and Pororo Toilet toy play --> Baby doll house toy play. 8.8.2015.
<https://www.youtube.com/watch?v=864lwhqWZT4>

10: Robocar Poli, Tayo mini car toys. 9.6.2015.
<https://www.youtube.com/watch?v=AJ1u4oUtxCY>

DCToys Sandaroo Kids (DCT):

- 01: SURPRISE TOYS GIANT BALLOON DROP POP CHALLENGE 🌟 Huge Surprise Toys Video DisneyCarToys. 5.2.2015. <https://www.youtube.com/watch?v=IFEziljNUQM>
- 02: Cookie Monster Eats Lightning McQueen, Mater and Other Disney Pixar Cars Micro Drifters. 19.4.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=IAQPyxMfBul>
- 03: DisneyCarToys Frozen Elsa Kids Toys Disney Princess Magic Clip Dolls Polly Pocket Dress Up Dolls. 7.8.2014. <https://www.youtube.com/watch?v=FU37GnGYsOA>
- 04: GIANT Egg Hunt with HUGE Surprise Eggs Frozen Easter Basket For Kids. 13.3.2015. <https://www.youtube.com/watch?v=vk6YcHF7g5E>
- 05: GIANT BALLOON DROP SURPRISE TOYS!!! Huge Surprise Toys Video by DisneyCarToys. 30.1.2015. <https://www.youtube.com/watch?v=kIF2rBVkG44>
- 06: Peppa Pig Roller Coaster Polly Pocket Resort Theme Park DisneyCarToys George Pig Car Crash. 29.8.2014. <https://www.youtube.com/watch?v=XOYnUblvTrM>
- 07: Giant PLAY DOH Egg Kinder Surprise Egg & Choco Treasure Surprise Toys Cookie Monster + Blind Bags. 2.1.2014. <https://www.youtube.com/watch?v=eFGTTO6rVIE>
- 08: Surprise Toys BALL PIT CHALLENGE Barbie, Mickey Mouse & Spiderman by DisneyCarToys. 20.11.2014. <https://www.youtube.com/watch?v=2YwwTSJCYSI>
- 09: BUBBLE GUPPIES Color Change Mermaid Dolls SURPRISE EGGS & Color Changers Baby DisneyCarToys. 3.1.2015. <https://www.youtube.com/watch?v=WeZBEf6p49o>
- 10: SURPRISE TOYS Ball Pit CHALLENGE Surprise Eggs & Blind Bags DisneyCarToys. 8.2.2015. <https://www.youtube.com/watch?v=w0unQMWXnn8>

Muut YouTube-kanavat ja -videot

Blu Toys Club Surprise: Cars Rescue Squad Chopper Store 11 Diecast CARS & Dinoco Helicopter Disney Pixar toys Disney Toons. 27.12.2010. https://www.youtube.com/watch?v=G7PAR_J1kKw

Philip DeFranco: *Did The Biggest Youtube Channel Fake Their Way To The Top?* 20.1.2017. https://www.youtube.com/watch?v=oAsvO_1qMWU

Save the Children USA: *Biggest Unboxing Surprises EVER!!* 31.5.2017. <https://www.youtube.com/watch?v=aOTdpgn9pAo>

WooBooTV. Perustettu 4.11.2011. <https://www.youtube.com/user/Pupsikibuurde/about>

Verkkosivut ja blogit

Adams, Bryon: *Elsagate—An investigation into DisneyCarToys and related channels.* *Medium*, 19.10.2017. <https://medium.com/@BryonAdams5/elsagate-an-investigation-into-disneycartoys-and-related-channels-9655016c223b>

All About Social Blade. *Social Blade*, 31.3.2018. <https://socialblade.com/info>

Berg, Madeline: The Highest-Paid YouTube Stars 2017: Gamer DanTDM Takes The Crown With \$16.5 Million. *Forbes*, 7.12.2017.

<https://www.forbes.com/sites/maddieberg/2017/12/07/the-highest-paid-youtube-stars-2017-gamer-dantdm-takes-the-crown-with-16-5-million/#7e7c97981397>

Berman, Nat: Why is Unboxing So Popular and Can You Make Money With It? *MoneyInc*, 15.9.2016. <http://moneyinc.com/unboxing/>

Bertsche, Rachel: How This Family Made More Than \$1 Million From YouTube Videos of Their Kids Playing With Toys. *Yahoo News*, 16.3.2015.

<https://www.yahoo.com/news/how-this-family-made-more-than-1-million-from-113525464417.html>

Berschewsky, Tapio: Lasten YouTube tarjoaa ohjelmaa, jotka olisivat televisiossa laittomia. *Iltta-Sanomat* 7.4.2015, <https://www.is.fi/digitoday/art-2000000905141.html>

Blucollection. *Kedoo*, 6.1.2018.

https://www.kedoo.com/youtube/en/network.html?network=358&network_name=Blucollection

Brown, Nick; Špalek, Tomik; Welch, Lori; Spader, Sam; Reyes, Harold; Freitag, Benjamin: Why do some people on Youtube disable comments and ratings? *Quora*, 24.12.2015. <https://www.quora.com/Why-do-some-people-on-Youtube-disable-comments-and-ratings>

Buissink Mark: Unboxing videos on YouTube: the next advertising channel for toy brands? *Spielwarenmesse*, 4.5.2016.

<https://www.spielwarenmesse.de/magazine/article-detail/youtube-unboxing-videos/>

Caldwell, Don & "Schmingo": Unboxing. *Know Your Meme*, 2.6.2010.

<http://knowyourmeme.com/memes/unboxing>

Chettle, Nicole: 'Unboxing' internet craze a threat to kids: psychologists. *The New Daily*, 26.6.2015. <https://thenewdaily.com.au/life/tech/2015/07/26/unboxing-internet-craze-threat-kids-say-psychologists/>

Children and Parents: Media Use and Attitudes Report 2016. *Ofcom*, 3.2.2017.

<https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/childrens/children-parents-nov16>

Cohen, Joshua: Top 100 Most Subscribed YouTube Channels Worldwide • January 2017. *Tubefilter*, 27.2.2017. <http://www.tubefilter.com/2017/02/27/top-100-most-subscribed-youtube-channels-worldwide-january-2017/>

Contrera, Jessica: Their Tube. *The Washington Post*, 7.12.2016.

<http://www.washingtonpost.com/sf/style/2016/12/07/when-every-moment-of-childhood-can-be-recorded-and-shared-what-happens-to-childhood/>

Cornish, Jenny: Toy Unboxing Videos: Why Children Love Them. *Huffington Post*, 26.9.2014.

http://www.huffingtonpost.co.uk/2014/09/26/toy-unboxing-videos-why-children-love-them_n_7322146.html

Dickson, Jeremy: Pocket.watch adds YouTube heavy hitters, CFO. *Kidscreen*, 21.11.2017. <http://kidscreen.com/2017/11/21/pocket-watch-adds-youtube-heavy-hitters-cfo/>

Dredge, Stuart: How toy unboxing channels became YouTube's real stars. *The Guardian*, 28.4.2016. <https://www.theguardian.com/technology/2016/apr/28/children-toys-unboxing-channels-youtube-real-stars>

Dredge, Stuart: This woman's thumbs are the biggest YouTube stars you've never heard of. *The Guardian*, 26.11.2014.

<https://www.theguardian.com/technology/2014/nov/26/youtube-dc-toys-collector-disneycollector>

Dredge, Stuart: YouTube Kids ads row: how should we pay for children's entertainment? *The Guardian*, 8.4.2015.

<https://www.theguardian.com/technology/2015/apr/08/youtube-kids-ads-children-digital-entertainment>

First-person shooter. *Oxford Dictionary*. 31.3.2018.

https://en.oxforddictionaries.com/definition/first-person_shooter

Google-tilien ikävaatimukset. *Google-tili Ohjeet*. 17.3.2018.

<https://support.google.com/accounts/answer/1350409>

Griffith, Keith: YouTube shuts down single dad's popular Toy Freaks channel after complaints he is exploiting his daughters and 'profiting from their suffering' with his weird videos that often show them scared and crying. *Daily Mail*, 18.11.2017.

<http://www.dailymail.co.uk/news/article-5094789/YouTube-shuts-creepy-Toy-Freaks-channel.html>

Grothaus, Michael: Meet The Father-Son Team Making \$1.3 Million On YouTube. *Fast Company*, 4.5.2015. <https://www.fastcompany.com/3045807/meet-the-father-son-team-making-13-million-on-youtube>

Gustavsson, Joonas: Paholaisnukke hypnotisoi Ryhmä Hau -hahmon hyppäämään katolta alas – Lapsia traumatisoivat videot kiusaavat Youtuben lapsipalvelua. *Tekniikan Maailma*, 8.11.2017. <https://tekniikanmaailma.fi/paholaisnukke-hypnotisoi-ryhma-hau-hahmon-hyppaamaan-katolta-alas-lapsia-traumatisoivat-videot-kiusaavat-youtuben-lapsipalvelua/>

Ha, Tu Thanh: How a Toronto company invented this year's hottest toy: Hatchimals.

The Globe and Mail, 18.11.2016. <https://www.theglobeandmail.com/news/toronto/how-a-toronto-toy-company-created-hatchimals-and-why-you-cant-find-them/article32932641/>

Harrington McCoy, Tracey: The most popular kid you've never heard of. *Newsweek*, 13.10.2013. <http://www.newsweek.com/2013/11/01/most-popular-kid-youve-never-heard-243854.html>

Häkkinen, Jukka: Saatko aivo-organin kuiskauksesta, raivostutko maiskutuksesta? - Kyseessä on ehkä saman ilmiön kaksi puolta. *Yle Tiede*, 16.12.2017.

<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/12/16/saatko-aivo-organin-kuiskauksesta-raivostutko-maiskutuksesta-kyseessa-on-ehka>

Internet World Stats, History and Growth of the Internet from 1995 till Today.

<http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm>

Introducing the newest member of our family, the YouTube Kids app--available on Google Play and the App Store. *YouTube Official Blog*, 23.2.2015.

<https://youtube.googleblog.com/2015/02/>

Jarvey, Natalie: Disney Reveals Digital Network Combining Maker Talent With Editorial Brands. *The Hollywood Reporter*, 2.5.2017.

<https://www.hollywoodreporter.com/news/disney-reveals-digital-network-combining-maker-studios-talent-editorial-brands-999507>

Juusola, Hannu: Minkä rajan mukaan itä- ja länsimaat erotellaan? *Tiede*, 10.7.2013.

https://www.tiede.fi/artikkeli/kysy/minka_rajan_mukaan_ita_ja_lansimaat_erotellaan

Kollmeyer, Barbara: Ready to be hypnotized by 'toddler crack'? *MarketWatch*, 7.4.2015. <https://www.marketwatch.com/story/ready-to-get-hypnotized-by-toddler-crack-2015-04-07>

Huhtanen, Emmi (toim.): Lasten mediamaailma pähkinänkuoressa. *Mediakasvatusseuran julkaisuja 5/2016*. <http://www.mediakasvatus.fi/wp-content/uploads/2016/12/Lasten-mediamaailma-pahkinankuoressa.pdf>

Lavas, Ilkka: Analyysi: Tubecon, parhaat tubettajat 2015, somekiusaaminen, pienempikuinkolme ja tubettamisen tila. *City.fi*, 16.8.2015. <https://www.city.fi/blogit/lavas/analyysitubecon+parhaat+tubettajat+2015+somekiusaaminen+pienempikuinkolme+ja+tubettamisen+tila/130475>

Lavas, Ilkka: Parhaat tubettajat 2017. *City.fi*, 13.8.2017. <https://www.city.fi/blogit/lavas/parhaat+tubettajat+2017/133363>

Lehtonen, Jenna: Lohjalainen Emilia, 13, tekee YouTubeen LPS-videoita, joilla on kymmeniätuhansia katsojia: "Mä oon oma esikuvani". *Ilta-Sanomat*, 15.7.2015. <https://www.is.fi/perhe/art-2000000961585.html>

Leikki-ikä. *Kielitoimiston sanakirja*. <https://www.kielitoimistonanakirja.fi/leikki-ikä>

Leikki on lapsen työtä: 6-vuotiaan Youtube-kanava tienasi vuodessa 11 miljoonaa dollaria. *Kauppalehti*, 11.12.2017. <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/leikki-on-lapsen-tyota-6-vuotiaan-youtube-kanava-tienasi-vuodessa-11-miljoonaa-dollarria/Cky62JMH>

Linsk, Jordyn: Kids Get the Surprise of Their Lives Unboxing Toys. *Save the Children*, 31.5.2017. <http://www.savethechildren.org/site/apps/nlnet/content2.aspx?c=8rKLIXMGIpI4E&b=9506655&ct=14998351¬oc=1>

Löytyniemi, Raili: Mistä tunnistaa some-mainoksen? Satu Apukka kertoo. *Yle Oppiminen* 23.6.2016, <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/06/23/mista-tunnistaa-some-mainoksen-satu-apukka-kertoo>

MacNeil, Craig: The Guy Who Made The First Unboxing Video ... in 1978. *MEL Radio*, 16.3.2016. <https://melmagazine.com/the-man-who-made-the-first-unboxing-video-in-1978-394703be3b29>

Maksettu tuotesijoittelu ja suosittelu. *YouTube Ohjeet*, 21.4.2018. <https://support.google.com/youtube/answer/154235>

Marttala, Karoliina: Puhumattomat kolmevuotiaat uusi ilmiö – some varastaa vanhempien ajan. *Yle Uutiset*, 6.10.2015. <https://yle.fi/uutiset/3-8356936>

Massa, Silja: Tubettajien vaikutusvalta kasvaa – tältä näyttää tubetuksen tulevaisuus. *Yle Uutiset*, 9.6.2016. <https://yle.fi/uutiset/3-8944388>

Mattel And Disney Consumer Products Announce Renewed Agreement For Disney*Pixar's Cars Franchise. *Mattel*, 27.1.2016. <https://news.mattel.com/news/mattel-and-disney-consumer-products-announce-renewed-agreement-for-disney-pixar-s-cars-franchise>

Mikä ihmeen unboxing? *Radio Nova*, 5.8.2016. <http://www.radionova.fi/uutiset/ajankohtaista/mika-ihmeen-unboxing-101634>

Mobile cellular subscriptions 2005–2016. International Telecommunication Union, World Telecommunication/ICT Development Report and database. *The World Bank Data*. <https://data.worldbank.org/indicator/IT.CEL.SETS?end=2016&start=2005&type=shaded&view=chart>

Morris, David Z.: Major Advertisers Flee YouTube Over Videos Exploiting Children. *Fortune*, 26.11.2017. <http://fortune.com/2017/11/26/advertisers-flee-youtube-child-exploitation/>

Mulligan, Tim: The Sky Kids app follows in the footsteps of Disneylife & YouTube Kids. *Midia*, 30.3.2016. <https://www.midiaresearch.com/blog/the-sky-kids-app-follows-in-the-footsteps-of-disneylife-youtube-kids/>

Mäkinen, Päivi: Reflektio oppimisessa. *Tampereen yliopiston täydennyskoulutus*, 31.12.2002. <http://www15.uta.fi/arkisto/verkkotutor/reflekt.htm>

Määttänen, Juuso: Trollit ja automatisoidut videotehtaat tuottavat lapsia traumatisoivia videoita Youtubeen, eikä vanhemmilla ole välttämättä edes hajua, mitä lapset palvelussa katsovat. *Helsingin Sanomat* 13.11.2017. <https://www.hs.fi/nyt/art-2000005447244.html>

Nurmi, Timo: Mitä Tubeconin jälkeen? *Markkinointi & Mainonta* 18.8.2015, https://www.marmai.fi/blogit/sosiaalinen_sukellusvene/mita-tubeconin-jalkeen-6271257

Owadenko, Thomas: Here's 500 Million Views Of Kinder Surprise Egg Unwrapping Videos. *TubularInsights*. 19.12.2014. <http://tubularinsights.com/500-million-views-kinder-egg-unwrapping-videos/>

Pierson, David: My kids don't have a YouTube channel — but they pretend they do. *Los Angeles Times*. 27.6.2016. <http://www.latimes.com/business/technology/la-fi-youtube-kids-20160627-snap-story.html>

Placido, Dani di: YouTube's "Elsagate" Illuminates The Unintended Horrors Of The Digital Age. *Forbes*, 28.11.2017. <https://www.forbes.com/sites/danidiplacido/2017/11/28/youtubes-elsagate-illuminates-the-unintended-horrors-of-the-digital-age/#71645aa26ba7>

Pocket.watch: About us. 1.4.2018. <http://pocket.watch/#about>

Popper, Ben: YouTube's biggest star is a 5-year-old that makes millions opening toys. *The Verge*, 22.12.2016. <https://www.theverge.com/2016/12/22/14031288/ryan-toys-review-biggest-youngest-youtube-star-millions>

Rahman, Khaleda: How Hasbro rescued Disney's princesses from Mattel: Toymaker wins lucrative business worth \$500MILLION from arch rival after Barbie designer 'took them for granted'. *Daily Mail*, 31.12.2015. <http://www.dailymail.co.uk/news/article-3380652/How-Hasbro-stole-march-Mattel-win-500-million-Disney-princess-doll-contract.html>

Reinsberg, Hillary: YouTube's Biggest Star Is An Unknown Toy-Reviewing Toddler Whisperer. *BuzzFeed*, 18.7.2014. <https://www.buzzfeed.com/hillaryreinsberg/youtubes-biggest-star-is-an-unknown-toy-reviewing-toddler-wh>

Rojas, Peter: Unpacking the Nintendo DS. *Engadget*. 9.11.2004. <https://www.engadget.com/2004/11/09/unpacking-the-nintendo-ds/>

Ryan ToysReview. The YouTubeWiki, 2018. http://youtube.wikia.com/wiki/Ryan_ToysReview

Saastamoinen, Airi: Helppoa rahaa Youtube-videoilla? *Yle Kuningaskuluttaja*, 21.9.2016. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/09/21/helppoa-rahaa-youtube-videoilla>

Saarenpää, Hannamari: Johdatusta oppimispelin ja pelaamalla oppimisen maailmisiin. *Pelitetieto.net*. 2009. <http://pelitetieto.net/oppimispelit-ja-hyotypelaaminen/>

Sandaroo Kids (Disney Car Toys). The YouTubeWiki, 2018. [http://youtube.wikia.com/wiki/Sandaroo_Kids_\(Disney_Car_Toys\)](http://youtube.wikia.com/wiki/Sandaroo_Kids_(Disney_Car_Toys))

Schmidt, Samantha: 6-year-old made \$11 million in one year reviewing toys on YouTube. *The Washington Post*, 11.12.2017.

<https://www.washingtonpost.com/news/morning-mix/wp/2017/12/11/6-year-old-made-11-million-in-one-year-reviewing-toys-on-you-tube/>

Spangler, Todd: Disney's Maker Studios Signs 5 Toy-Review YouTube Channels. *Variety*, 25.11.2014. <http://variety.com/2014/digital/news/disneys-maker-studios-signs-5-toy-review-youtube-channels-1201364617/>

Stratton, Alexandra: Toymakers Are Targeting Your Children Via YouTube's Kid Influencers. *Bloomberg Businessweek*. 18.10.2017. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-10-18/toymakers-curry-favor-with-precocious-youtube-influencers>

Strömman, Kasper: TALLIPIÄLLIKKÖ UNBOXING. *Kasper Diem -blogi*. 10.3.2016. <http://kasperstromman.com/2016/03/10/tallipiallikko-unboxing/>

Su-Ryon, Park: Kids worldwide like Korean characters. *Korea JoongAng Daily*, 21.7.2015. <http://koreajoongangdaily.joins.com/news/article/article.aspx?aid=3006835>

System requirements and app availability for YouTube Kids. *YouTube Kids Parental Guide* 2.4.2018. <https://support.google.com/youtubekids/answer/6130573?co=GENIE.Platform%3DAndroid&hl=en>

Thompson, Paul: Mystery woman behind the 'richest hands on the internet' revealed: Former pornstar 'makes \$5m a year unwrapping Disney toys on YouTube'. *Daily Mail*, 24.2.2015. <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2958242/Brazilian-former-porn-star-Diane-DeJesus-mystery-figure-5million-year-YouTube-sensation-DC-Toys-Collector.html>

Top 250 YouTubers in Finland sorted by video views. *Social Blade* 2.4.2018. <https://socialblade.com/youtube/top/country/fi/mostviewed>

tvropes.org: Web Video / Ryan's Toy Review. <http://tvropes.org/pmwiki/pmwiki.php/WebVideo/RyanToysReview>

Tässä ovat Tubecon Awards -voittajat: Justimukselle ja Jaakko Parkkalille tuplavoitot. *YleX Uutiset* 13.8.2016, https://yle.fi/ylex/uutiset/tassa_ovat_tubecon_awards_-_voittajat_justimukselle_ja_jaakko_parkkalille_tuplavoitot/3-9093785

Unboxing. *Oxford Dictionary*. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/unboxing>

What is Elsagate? *Reddit*, 31.3.2018. https://www.reddit.com/r/ElsaGate/comments/6o6baf/what_is_elsagate/

Whyte, Alexandra: Pocket.watch syncs with Ryan Toys Review. *KidScreen*, 26.9.2017. <http://kidscreen.com/2017/09/26/pocket-watch-syncs-with-ryan-toys-review/>

YouTube-kumppaniohjelman esittely. *YouTube Ohjeet*. <https://support.google.com/youtube/answer/72851>

YouTube ja tiedotusvälineet – Tilastotiedot 01/2018. *YouTube*. <https://www.youtube.com/intl/fi/yt/about/press/>

YouTube Kids: Löytämisen iloa, hauskaa oppimista ja mukavaa ajankulua. *YouTube*. <https://kids.youtube.com/>

YouTube Red. *YouTube*. <https://www.youtube.com/red>

Luentomuistiinpanot

Sintonen, Sara: Lasten toimijuus ja osallisuus digitaalisessa kulttuurissa. Muistiinpanot luennolta 8.3.2018. Muistiinpanot tekijän hallussa.

Kirjallisuus

Barratt, Emma L. & Davis, Nick J.: *Autonomous Sensory Meridian Response (ASMR): a flow-like mental state*. 26.3.2015. <https://doi.org/10.7717/peerj.851>

Biel, Joan-Isaac & Gatica-Perez, Daniel: Call me Guru: user categories and large-scale behavior in YouTube. *Social Media Modeling and Computing*. Toim. Hoi, Steven C.H.; Luo, Jiebo; Boll, Susanne; Xu, Dong; Jin, Rong & King, Irwin. London, Springer. London, Springer, 2011.

Burgess, Jean & Green, Joshua: The Entrepreneurial Vlogger. Teoksessa *The YouTube Reader*. Toim. Snickars, Pelle & Vonderau, Patrick. Stockholm: National Library of Sweden, 2009.

Burgess, Jean & Green, Joshua: *YouTube – Digital media and society series*. Polity Press, USA, 2009.

Craig, David & Cunningham, Stuart: Toy unboxing: living in a(n unregulated) material world. *Media International Australia 2017*, Vol.163(1), pp.77–86.

Dholakia, Utpal M.: What Did Consumers Pay for 2016's Hot Toy? A Descriptive Analysis of Hatchimal Prices in Ebay Auctions during the 2016 Holiday Shopping Season. SSRN 2017. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2895057>

Gerhards, Claudia: Product placement on YouTube: An explorative study on YouTube creators' experiences with advertisers. *Convergence*, 2017. <https://doi.org/10.1177/1354856517736977>

Heljakka, Katriina: Lelutarinointia Tuubissa: Leikkijä ja liikkuvat Uglydoll-kuvat. *WiderScreen 2–3/2013: Digitaalinen kulttuuri – sähköisen yhteisöllisyyden juuret*. 2.6.2013. <http://widerscreen.fi/numerot/2013-2-3/lelutarinointia-tuubissa-leikkija-ja-liikkuvat-uglydoll-kuvat/>

Heljakka, Katriina: Strategies of Social Screen Play(ers) across the Ecosystem of Play: Toys, games and hybrid social play in technologically mediated playscapes. *WiderScreen 1–2/2016: Doomilaakson kevät*. 16.3.2016. <http://widerscreen.fi/numerot/2016-1-2/strategies-social-screen-players-across-ecosystem-play-toys-games-hybrid-social-play-technologically-mediated-playscapes/>

Holloway, Donell Joy; Green, Lelia & Stevenson, Kylie: Digitods: Toddlers, touch screens and Australian family life. *M/C Journal*, 18(5), 2015. <http://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/view/1024>

Jenkins, Henry: *Convergence Culture – Where old and new media collide*. New York: New York University Press. 2006.

Karimäki, Reeli: "Media leikin innoittajana". *Mediametkaa. Osa 2 – Kasvattajan matkaopas lasten mediamaailmaa*. Helsinki: Mediakasvatus Metka ry, 2007.

Kerttula, Tero: "What an Eccentric Performance": Storytelling in Online Let's Plays. *Games and Culture*. 21.11.2016.

Lange, Patricia G: *Kids on YouTube: Technical Identities and Digital Literacies*. Walnut Creek, CA, Left Coast Press, 2014.

- Lange, Patricia G: Videos of Affinity on YouTube. Teoksessa *The YouTube Reader*. Toim. Snickars, Pelle & Vonderau, Patrick. Stockholm: National Library of Sweden, 2009.
- Leathers, Heather; Patti Summers & Desollar: *Toddlers on Technology: A Parents' Guide*. AuthorHouse, 2013.
- Marôpo, Lidia; Sampaio, Inês Vitorino & Pereira, Nut: Top Girls on YouTube. Identity, Participation, and Consumption. *Young and Creative. Digital Technologies Empowering Children in Everyday Life*. The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Sweden, 2017.
- Paasonen, Susanna: ihmisiä, kuvia, tekstejä ja teknologioita. Teoksessa *Otteita verkosta – Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Toim. Laaksonen, Salla-Maaria, Matikainen Janne & Tikka, Minttu. Vastapaino, Tampere, 2013.
- Marsh, Jackie; Mascheroni, Giovanna; Carrington, Victoria; Árnadóttir, Hólmfríður; Brito, Rita; Dias, Patricia; Kupiainen Reijo & Trueltzsch-Wijnen Christine: *The Online and Offline Digital Literacy Practices of Young Children – A Review of the Literature*. 2017. COST ACTION IS1410. <http://digilitey.eu>
- Marsh, Jackie 2015a: 'Unboxing' videos: co-construction of the child as cyberflâneur. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education* 37:3, 369-380. 2015. <http://dx.doi.org/10.1080/01596306.2015.1041457>
- Marsh, Jackie 2015b: *Unwrapping the unboxing craze. Parenting for a Digital Future*. Julkaistu 19.6.2015. <http://eprints.lse.ac.uk/76345/>
- Müller, Eggo: Where Quality Matters: Discourses on the Art of Making a YouTube Video. Teoksessa *The YouTube Reader*. Toim. Snickars, Pelle & Vonderau, Patrick. Stockholm: National Library of Sweden, 2009.
- Pietilä, Veikko & Ridell, Seija: Verkkomedia toimijuuden alustana – Yleisö, yhteisö, julkiso ja YouTube. *Lähikuva* 2/2008, 27–42.
- Ramos-Serrano, Marina & Herrero Diz, Paula: Unboxing and brands: youtubers phenomenon through the case study of EvanTubeHD. *Prisma Social: Revista de Ciencias Sociales*, 1, 90–120, 2016.
- Rieder, Bernhard; Matamoros-Fernández, Ariadna & Coromina, Óscar: From ranking algorithms to 'ranking cultures': Investigating the modulation of visibility in YouTube search results. *Convergence* Vol 24, Issue 1, pp. 50–68, 2018. <https://doi.org/10.1177/1354856517736982>
- Saarikoski, Petri; Suominen, Jaakko; Turtiainen, Riikka & Östman, Sari: Peliä ja leikkiä virtuaalisilla hiekkalaatikoilla. Teoksessa *Funetista Facebookiin: Internetin kulttuurihistoria*. Gaudeamus. Helsinki, 2009.
- Sumiala Johanna & Tikka, Minttu: Verkko mediaetnografin tutkimuskohteena - Tapauksena uutisen etnografia Youtubessa. Teoksessa *Otteita verkosta - Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Toim. Laaksonen, Salla-Maaria, Matikainen Janne & Tikka, Minttu. Vastapaino, Tampere, 2013.
- Suominen, Jaakko: 2013a: 2006 – Verkkovideoita joka tuubista. Teoksessa *Sosiaalisen median lyhyt historia*. Toim. Suominen, Jaakko; Östman Sari; Saarikoski, Petri; Turtiainen, Riikka. Gaudeamus. Tallinna, 2013.
- Suominen, Jaakko: 2013b: 2007 – Facebookin nousu ja surmaajan lataukset. Teoksessa *Sosiaalisen median lyhyt historia*. Toim. Suominen, Jaakko; Östman Sari; Saarikoski, Petri; Turtiainen, Riikka. Gaudeamus. Tallinna, 2013.

Suoranta, Juha: Cyberkids: lapset mediakulttuurin toimijoina. Teoksessa *Lasten tietoyhteiskunta*. Tampere University Press, Vammala, 2001

Tamminen, Tuula: Lapset tietoyhteiskunnassa. Teoksessa *Lasten tietoyhteiskunta*. Tampere University Press, Vammala, 2001.

Vonderau, Patrick: The video bubble: Multichannel networks and the transformation of YouTube. *Convergence* Vol 22, Issue 4, pp. 361–375, 2016. DOI: 10.1177/1354856516641882

Östman, Sari: 2005 – Tietoyhteiskunnasta kansalaisjournalismiin. Teoksessa *Sosiaalisen median lyhyt historia*. Toim. Suominen, Jaakko; Östman Sari; Saarikoski, Petri; Turtiainen, Riikka. Gaudeamus. Tallinna, 2013.

Östman, Sari & Turtiainen, Riikka: From Research Ethics to Researching Ethics in an Online Specific Context. *Media and Communication*, 4(4), 66–74. 2016.

<http://dx.doi.org/10.17645/mac.v4i4.571>

Liite 1. Lelukanavien videoaineiston sisällönanalyysin kysymykset

Yliviivatut kohdat karsiutuivat aineiston analyysivaiheessa pois.

Näyttökerrat
Julkaistu
Kommentteja
Tykkäykset
Ei-tykkäykset
Kesto
YouTuben arvot/kategoriat
Onko videolla mainoksia
Videon teema
Videon juoni
Kuvausympäristö
Kuvaaja
Näkykö videossa lapsi/lapsia?
Näkykö videossa muita ihmisiä?
Musiikki ja ääni
Mitä kieltä videolla puhutaan?
Onko videossa tekstitys?
Kuvankäsittely/editointi
Onko videolla ehdotuskortteja?
Onko videolla päätösruuu?
Videon kuvausteksti

Liite 2. Aineistoni lelukanavien perustiedot 8.10.2017

Kanava (8.10.2017)	Ryan ToysReview	Fun Toys Collector Disney Toys Review	Baby Big Mouth	Blu Toys Club Surprise	[도이푸딩] ToyPudding TV	DisneyCarToys --> DCtoys Sandaroo Kids	
Osoite	https://www.youtube.com/channel/UCn6GhZ95OOH-vB80Y4D00_w	https://www.youtube.com/user/DisneyCollector8	https://www.youtube.com/user/tsbabybigmouth	https://www.youtube.com/user/Bluecollection	https://www.youtube.com/user/ToyPudding	https://www.youtube.com/user/DisneyCarToys/	
Perustettu	16.3.2015	13.4.2011	4.3.2013	23.12.2010	13.5.2014	16.6.2012	
Tilaaja	9 293 103	9 506 251	6 566 299	5 703 187	9 480 056	5 564 571	
Näytökertoja	16 114 305 313	13 329 240 786	8 681 975 846	7 877 077 341	7 533 409 795	7 369 965 246	
Maa		El mainintaa	El mainintaa	El mainintaa	El mainintaa	Yhdysvallat	
Videota	885	2375	2494	2258	1688	3177	
Kuvaus	Ryan loves Toys - Toys Review for kids by a kid! Join Ryan to see him play with toys and review toys for kids! He loves Cars, Trains, Thomas and friends, Lego, Superheroes, Disney Toys, open surprise eggs, play doh , Pixar Disney cars , Disney Planes , monster trucks , minions , playtime at the fun , family fun adventure and so much more! Ryan will also love doing fun and easy science experiments for kids! Most of the toys we used to review are being donated to local charity Our 2nd Channel : Ryan's Family Review: https://www.youtube.com/channel/UCSaOZySvshYtL4SHCT8xwFunDIYKidsArtsandCraftsChannel:GusTheGummyGator-https://www.youtube.com/channel/UCZk-SUKA5K5MnZkxohPrm1Q	👉👉👉 Welcome to Playtime Funtoys Collector Disney Toys Review for toddlers, babies , infants and pre-school children , I review toys n dolls from Disney , Pixar , Nickelodeon , Play Doh , Claymation and much more! Subscribe to watch more daily videos!! Me encanta hacer revision de carrinhos , juguetes , bambole , bonecas y muñecas Disney , Este es un canal para los niños y niñas en edad preescolar que ama jugarles y muñecas . Videos infantiles en español para niños . Bem-vindos nel mio canal de giocchi e giocattoli per neonati e bambini in età prescolare che amano giocare e le bambole . Recentisimo giochi e bambole della Disney , Pixar , Nickelodeon , Play Doh , Claymation . Bienvenue sur mon canal Jouets . C'est une chaîne pour bébés et tout-petits enfants d'âge pré-scolaire où vous trouverez des vidéos de pâte à modeler , d'œufs surprises et les jouets surprises de Disney . Willkommen auf meine Play Spiele und Spielzeug für Babys und Kinder im Vorschulalter . Игрушки Дисней! Для коллекционеров.	It's a SURPRISE PARTY! Join BABY BIG MOUTH on an adventure of fun and discovery with surprise eggs, exciting new toys from around the world and more! With BABY BIG MOUTH you learn, sing, dance and play with surprise sing-along songs, phonics fun , interactive games and the "Surprise Egg Learn-A-Word" spelling series! Subscribe for SURPRISES! https://www.youtube.com/user/tsbabybigmouth	Welcome to BTCS Blu Toys Club Surprise, with kid-friendly videos for toddlers, babies, infants and preschool children. I review toys & playsets from Disney/Toys (玩具) Shopkins, pop-up Mickey, pop-up toys, Surprise Eggs, Lego, Huevo Sorpresa, including dolls such as muñecas, bambole, bonecas, poupées from Nickelodeon Peppa Pig, Pocoyo and Sesame Street Cookie Monster eating Cars.	Gracias por ver mi canal, me encanta hacer revision de juegos y juguetes y brinquedos para niños y niñas, de Cerdita Peppa y Princess Disney Frozen El Reino del Hielo con Rainha Elsa y Princess Anna. 안녕하세요. 토키야 리부 채널 로보카 놀리 박물관 타임오 거울왕국 디즈니주니어 소비아공주 토키야 토미스와 친구들 디즈니미우즈 클럽하우스 플레이드우, 디즈니 프린세스스 키야 사인나 펠마 디즈니 유니코브 로보카 폴리 игрушки мультфильмы про машинки. Bienvenue sur ma canal Jouets. C'est une chaîne pour bébés et tout-petits enfants d'âge pré-scolaire où vous trouverez des vidéos pâte à modeler et œufs surprise, les jouets surprise de Disney.	Hi, Welcome to ToyPudding Channel :) Uploading fun toys, Have a fun time & feel free to SUBSCRIBE :) * 언녕하세요 토이푸딩입니다! 재미있는 장난감 업데이트 - 즐겨는 시간 보내시고 구독 해주세요! *	Family Friendly parodies and skits for kids. See DisneyCarToys Sandra play with toys and dress up with her cute kids Alex, Ava and Baby Adam. We love dressing in Disney Princess Costumes, playing pranks and teaching kids how to learn colors.

Ryan ToysReview	06: Giant Chupa Chups Lollipop Gummy Joker Tongue Toy Toilet Candy Gator Gummy Candy Review Kinder Eggs	07: BALLOON POP SURPRISE TOYS CHALLENGE giant ball pit in Huge pool Kinder Egg Disney Cars Toys	08: Disney Junior Videos WORLD BIGGEST GIANT EGG SURPRISE OPENING Mickey Mouse Clubhouse Minnie Toys → WORLD BIGGEST GIANT EGG SURPRISE OPENING Mickey Mouse	09: Kid Playing Outside riding car blowing bubbles with Giant Frozen Elsa Doll Ryan ToysReview → Kid Playing Outside riding car and playing with Bubbles!	10: Disney Cars Toys GIANT EGG SURPRISE OPENING Lightning McQueen From Mater Kids Video Ryan ToysReview → Disney Cars Toys GIANT EGG SURPRISE OPENING Lightning McQueen
Näyttökerrat	174836-008	169 555 555	161 073 144	153 184 989	128 879 140
Julkaisu	29.9.2016	23.8.2016	24.8.2015	27.7.2015	19.8.2015
Kommentteja	6 900	4 640	138	3 320	142
Tykkäykset	180 000	145 000	123 000	90 000	89 000
Ei-tykkäykset	92 000	79 000	59 000	45 000	46 000
Kesto	6:42	5:32	6:27	2:28	7:11
Videon teema	7	1+7	1	7	1+7
Videon juoni	Ryan ja hänen isänsä mekeleivät pikkutikkaria ja haaveilevat isom- maasta tikkarista. Kun tikkaita löydän tikka- missa muutama Chupa Chups -jättitikkareita. Videolla näytetään myös viihdeää-jättitikkaria, vesaikkaita, all- gatoritortkia ja Kinder-munaa.	Ryan on isossa puhallettavassa uma-aihaassa, jonne hänen isänsä heittää pallonreppäpölyä. Aikaasta löytyy myös Dory-la, Ryan-kko- linna-pölyä, loyruksen-yllätyksiä, Missä löytyy Dory, Mart- u-vauro, Nemo, Salama McQueen, kätyn, Teemas, Hamaikkimies. Äiti heittää yhden yllätyksen, josta löytyy Kinder-munaa.	Ryan ja Princess T tekevät Disneyn Mikki- ja Minni-heitillä sekä aaranea yhdeksän jättikokosen Mikki-yllätyksen. Sieltä löytyy ih- sala Mikki- ja Minni-sineisiä tölpiä, mm. Mikki-pölyä.	Ryan ajaa sähköleikkurillaan Sophie-tähtiin (joka on lapsi) luoksi ja pyytää laukkunsa. Sophie ottaa teikkun mukaan Fro- zemin Elsa-nuken. Lapsen mekkaillevarien esin saippuakupunkkeillaan ja puhaltavat yhdeksän kupla. Lopuksi he pilkkaavat yhdeksän kauli- idallia.	Ryan saapuu pölylle, josta löytyy aietarava Salama McQueen-aito, Dusy-pöyhäkö, Martti ja Aurot-aiheinen jättilylyssurma. Mu- nassa löytyy Isaa Aurot-eltäjä, mm. vanaa valkoinen aatolia. Mu- kane on myös Salama McQueen-matkalaukku, jolla on skalaa löytyä jälleen Isaa Aurot - ja Lemikat-eltäjä. Dusy-reppu sisältö löytyy lisäksi leluja, joilla leikitään Hienelliskunnan kanssa.
Kuvausympäristö	Oma koti (keittöön pöytä)	Kodin pöytä, iso tyytelävä uma-allas	Kodin aitaatu pöytä, nunnikko, taloja tuustalla	Maapuruusto, rauhallinen omakotitaloalue	Kodin aitaatu pöytä
Kuvaaja	Äiti	Äiti	Äiti	Äiti	Äiti
Näkyvätkö videossa lapsi/lapsia?	Ryan-pöytä	Ryan-pöytä	Ryan-pöytä	Ryan-pöytä, Sophie (Ryanin äiti)	Ryan-pöytä
Näkyvätkö videossa muita ihmisiä?	Isä	Isä	Princess T	Ei	Ei
Musiikki ja ääni	Taustamusiikkia, isällä ja pojalla dialogia. Äiti osallistuu vii- lillä keskusteluun kamean tekää, Aamienosetta (tallatempu, vesan huuteleu).	Taustamusiikkia, Äidillä ja pojalla dialogia. Isä osallistuu videon alussa keskusteluun.	Taustamusiikkia, Princess T ja Ryan keskustelevat ja puhvat kame- alle. Äiti osallistuu välillä keskusteluun. Aamienosetta.	Taustamusiikkia. Ryan ja Sophie keskustelevat. Myös äiti osallistuu keskusteluun.	Taustamusiikkia.
Mitä kieltä videolla puhutaan?	Englantia	Englantia	Englantia	Englantia	Englantia
Kuvankäsitely/editointi	Aiheen esittelyn jälkeen (00:17) tulee kameran animoitu esittelykuva ja leveydönvotus, josta jälkeen video jatkuu.	Aiheen esittelyn jälkeen (00:17) tulee kameran animoitu esittelykuva ja leveydönvotus, josta jälkeen video jatkuu.	Mukana omittu kuva isonäitille	Aiheen esittelyn jälkeen (00:35) tulee kameran animoitu esittely- kuva ja leveydönvotus, josta jälkeen video jatkuu.	Aiheen esittelyn jälkeen (01:05) tulee kameran animoitu esittely- kuva ja leveydönvotus, josta jälkeen video jatkuu.
Videon kuvaus teksti	Join Ryan ToysReview as we do another Candy Review and taste Giant Chupa Chups Lollipops, Gummy Joker Tongue, Toy Toilet Candy Sour Flips, Gummy Gator Pet, and open Kinder Eggs Surprise Toys! Watch to see which surprise toys we got out of the chocolate eggs and which candies were Ryan's favorite!	Ryan did the balloon pop surprise toys challenge in the giant ball pit in huge pool then open Kinder Egg Surprise! Some of the surprise toys inside is Disney Cars Toys, Lightning McQueen and Toy Mater, Disney Pixar Finding Dory and Finding Nemo, Marvel's Superhero Spiderman, DC Superhero Superman and Spiderman, and Minion. Watch to see what surprise toy was inside the Kinder Egg! It's super fun to splash and swim around in a pool full of ball! =) This is such a fun video for kids and great activity to do in the summer!	Ryan and Princess T from Ryan ToysReview love watching Disney Junior videos on the Disney Channel! One of their favorite shows from Disney is Mickey Mouse Clubhouse! So we decided to make of the world's biggest giant surprise egg! Mickey Mouse filled with Disney toys surprise of Minnie and Mickey! Ryan and Princess T was outside playing the Mickey Mouse Clubhouse drum then they open the giant egg! The toys feature in this videos include: Disney Team, Team Giant Mickey mouse and Minnie mouse, Jettie fall Disney Junior Mickey and Minnie mouse giant doll Minnie Mouse Rainbow Dazzle Mickey Mouse tshy Wheeie Mickey Minnie Mouse Cheerleader doll Mickey Mouse learn to count colors and numbers Then they went outside to play with the Mickey Mouse piñata filled with candy. They hit Mickey mouse so hard his ears broke off =(. They then did the extreme workhead challenge. They Ryan jumped into the pool filled with water with his Mickey mouse floatie! This is a very awesome Mickey mouse video for kids that loves Disney Toys! This video is dedicated to his wonderful grandma! Happy Birthday Grandma! Ryan loves and misses you very much!!! =) Subscribe to Ryan ToysReview	Ryan From Ryan ToysReview and Sophie (Ryan's Aunt!) took giant Elsa doll outside of the house and have an amazing fun time rid- ing a car, blowing bubbles, sword fight with bubble wand, and playing popcornchill! It's such a fun summer time activity for kids to do outdoors!!! Play time outside at the park with Thomas and Friends	Come join Ryan as he opens a Disney Pixar Lightning McQueen MEGA GIANT EASTER EGG SURPRISE filled with Disney cars and Disney planes toys for kids. Ryan was riding on this McQueen Scooter when he saw a Disney Cars Text that have Power Wheels Lightning McQueen (Ryan had seen a fun time riding around out- side in this car) and Mater and Disney Plane Fire & Rescue Dusy Activity Ride-On. We also build a giant Mater made out of boxes. This video shows lots of Color Changer Cars like McQueen, Ramme Player, Boost, Sheriff, Mad-Dip & Dunk, Trailer. We also shows an awesome Lightning McQueen surprise that have lots of the car's car inside such as Toy Mater, Mack the truck, Stu (tootok), Sally, Filmore, Dusy and so much!!! Then Ryan opens a dusy back- pack that have toys like Mater Drivers Cars and Gossus Dump Truck. Subscribe to Ryan ToysReview for more giant Egg Surprise https://www.youtube.com/channel/UCGGL... Note: This video is for fun only! We did not buy all these toys for him at the same time. All these toys were gifted to him from friends and family for his birthday/ Christmas for the past 3 years since Disney Cars are one of his favorites. You can see that we reused a lot of these toys in the other McQueen egg surprise video. We only bought color changes toys that we plan to review in future videos since we are super excited to see these coming back in store!

Liite 5. Baby Big Mouth –kanavan 10 katsotuinta videota

Baby Big Mouth		01: NEW Huge 101 Surprise Egg Opening Kinder Surprise	02: Learn Colours With Ooze and Gitter Putty! Fun Learning Game!	03: Learn Colours with Surprise Nesting Eggs! Opening Surprise Eggs with Kinder Egg Inside! Lesson 4	04: Learn Colours with Surprise Nesting Eggs! Opening Surprise Eggs with Kinder Egg Inside!	05: Learn Colours with HUGE JIMBO GANT Mystery Surprise Eggs! Opening Eggs with Toys and Candy!
Näytökerrat	441 994 901	415 431 092	271 973 933	265 752 641	145 777 571	
Julkaisu	4.6.2014	3.10.2014	27.12.2014	13.10.2014	5.6.2015	
Kommentteja	16 295	16 555	7 955	7 262	4 521	
Tykkäykset	262 000	271 000	141 000	141 000	110 000	
Ei-tykkäykset	171 000	157 000	94 000	96 000	65 000	
Kesto	34:00:00	15:41	6:11	5:09	5:17	
Videon teema	1	8	1+8	1+8	1+8	
Videon luonti	On-yhtäysuhlat 101 yllätyksen kanssa. Muihin jutuissa näkyy mm. Spiderman, Angry Birds, Batman, Turtles, Thomas Veturi jne.	Opetellaan väriä erilaisten geelien ja liimien avulla. Mukana ol. mm. Turtles, Minni Hiiri ja Korsettiteemaisia pukkeja. Mies saaa putkin, tummustele liinaa, laittaa sen talaisin ja ruudulla otetaan värien nimi ja yhteensä keitetä mahlia monta!to kerta k brysehen väri on jo otettuun videolle.	Avaetaan 3 yllätysmunaa, joiden sisältä löytyy lisää ja lisää munia. Kaikki ovat eri värisiä ja värien nimet toteetaan niitä avatessa. Siellä paljastuu suklaamunna, mm. Mörtsent, Kinder ja Aurot-sajlan Klambus.	Avaataan 2 yllätysmunaa, joiden sisältä löytyy lisää ja lisää munia. Kaikki ovat eri värisiä ja värien nimet toteetaan niitä avatessa. Siellä paljastuu suklaamunna, mm. Kinder ja Aurot-sajlan Luigi. Lopussa toteetaan kaikki värit.	Opetellaan väriä ja aavaaan meliä yllätysmunaa, josta paljastuu mm. Kinder-Eluga (vield) ja karkkeja.	
Kuvausympäristö	Isokori pöydällä, värikäs tausta, kotiympäristö, amatööri valaistus	Sinhalmaan pöydän päällä, kotiympäristö, amatööri valaistus	Sinhalmaan pöydän päällä, kotiympäristö, amatööri valaistus	Sinhalmaan pöydän päällä, kotiympäristö, amatööri valaistus	Vihreän pöydän päällä, kotiympäristö, amatööri valaistus	
Kuvaaja	Kamera jätustalla. Mies saaa munat.	Kamera jätustalla. Mies saaa putrit.	Kamera jätustalla. Mies saaa munat.	Kamera jätustalla. Mies saaa munat.	Kamera jätustalla. Mies saaa munat.	
Näkykö videossa lapsi/lapsia?	Ei	Ei	Ei	Ei	Ei	
Näkykö videossa muita ihmisiä?	Ei	Ei	Ei	Ei	Ei	
Musiikki ja ääni	Taustamusiikkia muihin avausääniä	Taustamusiikkia, pukkeiden avausääniä, jing-ääntehoste laiturissa	Taustamusiikkia, muihin avausääniä, äänitehosteita	Taustamusiikkia, muihin avausääniä, äänitehosteita	Taustamusiikkia, muihin avausääniä, äänitehosteita	
Mitä kieltä videolla puhutaan?	Englantia, inostuunesti	Englantia, inostuunesti	Englantia, inostuunesti	Englantia, inostuunesti	Englantia, inostuunesti	
Kuvankäsittely/editointi	Aiussa animaatio. It's Baby Big Mouth. Oikeassa nurkassa laukurinien animaatio. Sanaa kuvauks, ei leikkauksia. Väillä nopeutettu.	Aiussa animaatio. Värien nimet ja määrät päivitysvätkökeän tuunaan pukeja avatessa.	Aiussa animaatio. Muihin värien nimet tulevat ruudulle niitä avatessa.	Aiussa animaatio. Muihin värien nimet tulevat ruudulle niitä avatessa.	Aiussa animaatio. Muihin värien nimet tulevat ruudulle niitä avatessa.	
Videon kuvauksista	Baby Big Mouth discovers a NEW HUGE collection of 101 surprise Eggs - filled with Toys, Candy, and FUN! Music created, produced and performed by Baby Big Mouth! Kinder Surprise, Kinder Joy, Kinder Überraschung, Kinder One, Kinder Copypas, Kinder egg, Kinder Überraschung, Verassingsel, Kinderdickkopf, Kinderüberaschung, Kinderoveraschung, KinderNiespoddanka, Kinder-ylläty's Kinderägg, Kinder Megaletet, Kinder Surprise, & キンズーチ ゾラズ. Subscribe to Baby Big Mouth for more SURPRISES! https://www.youtube.com/user/BabyBigMouth on an adventure of fun and discovery with Kinder Eggs. Play-Doh, rare Christmas goodies, exciting new toys from around the world and more! BABY BIG MOUTH will also help you learn, sing, dance and play with surprise-singalong songs, phonics fun and interactive games...just for you! SUBSCRIBE for SURPRISES!	Learn, Laugh and Play with BABY BIG MOUTH! Gitter Putty is great for learning, spelling and identifying colours! Subscribe to Baby Big Mouth for more SURPRISES! https://www.youtube.com/user/BabyBigMouth on an adventure of fun and discovery with Kinder Eggs. Play-Doh, rare Christmas goodies, exciting new toys from around the world and more! BABY BIG MOUTH will also help you learn, sing, dance and play with surprise-singalong songs, phonics fun and interactive games...just for you! Music, Written, Composed, Produced and Performed by Baby Big Mouth! SUBSCRIBE for SURPRISES!	Learn, Laugh and Play with BABY BIG MOUTH! New! Learn Colours with Surprise Eggs! Great for learning, spelling and identifying colours! Subscribe to Baby Big Mouth for more SURPRISES! https://www.youtube.com/user/BabyBigMouth on an adventure of fun and discovery with Kinder Eggs. Play-Doh, rare Christmas goodies, exciting new toys from around the world and more! BABY BIG MOUTH will also help you learn, sing, dance and play with surprise-singalong songs, phonics fun and interactive games...just for you! Music, Written, Composed, Produced and Performed by Baby Big Mouth! SUBSCRIBE for SURPRISES!	Learn, Laugh and Play with BABY BIG MOUTH! New! Learn Colours with Surprise Eggs! Great for learning, spelling and identifying colours! Subscribe to Baby Big Mouth for more SURPRISES! https://www.youtube.com/user/BabyBigMouth on an adventure of fun and discovery with Kinder Eggs. Play-Doh, rare Christmas goodies, exciting new toys from around the world and more! BABY BIG MOUTH will also help you learn, sing, dance and play with surprise-singalong songs, phonics fun and interactive games...just for you! Music, Written, Composed, Produced and Performed by Baby Big Mouth! SUBSCRIBE for SURPRISES!	Learn Colours! Opening Chocolate Mystery Surprise Eggs! Music created, produced and performed by Baby Big Mouth! Subscribe to Baby Big Mouth for more SURPRISES! https://www.youtube.com/user/BabyBigMouth on an adventure of fun and discovery with Kinder Eggs. Play-Doh, rare Christmas goodies, exciting new toys from around the world and more! BABY BIG MOUTH will also help you learn, sing, dance and play with surprise-singalong songs, phonics fun and interactive games...just for you! SUBSCRIBE for SURPRISES!	

Baby Big Mouth	06: Learn Colours with Squishy Glitter Foam! Fun Learning Contest!	07: Learn Colours With Ooze and Putty! Fun Learning Contest! Lesson 2	08: New Learn Colours with Surprise Eggs and a M & M Rainbow! Part 3	09: Kinder Surprise Eggs New Best Of Easter Special Edition Mix Toys Candy Unwrapping Opening	10: New Learn Colours with Surprise Eggs and a Smart-les Rainbow!
Näyttökerrat	122,128,117	113,785,984	113,626,876	102,795,454	99,470,137
Julkaisu	12.7.2015	20.12.2014	7.8.2015	17.4.2014	12.6.2015
Kommentteja	3,410	3,182	2,959	3,315	3,768
Tykkäykset	78,000	56,000	81,000	42,000	69,000
Ei-tykkäykset	42,000	37,000	42,000	29,000	34,000
Kesto	11:34	18:07	7:17	1:03:51	8:10
Videon teema	8	8	1+8	1+8	1+8
Videon juoni	Avaatan pallon muotoisia koteleita, joista ilmestyy iso kesa "vakkapalloja", jota voi puristaa ja liittää. Pallon värit sa- notaan äänellä ja laakeaan kuinka monta kutakin väriä on.	Avaatan pallon muotoisia koteleita, joista tulee limaa greedia sit- äitäviä purkkeja. Muiden värit sanotaan äänellä ja värien lu- kumäärä laakeaan. Lopuksi limat yhdistetään isoiksi kaseksi.	Videolla opetellaan värejä yllärymmien ja M&M-kakkin avulla. Mies avaa neljä pukkia M&M-karkkia ja erottelee ne väreitään kassoihin. Tämän jälkeen värien nimet toistetaan. Lopuksi karkista muotoiltaan sarvenhaari.	Koostevideo: Pääsien kummitki erilaisen yllärymmien ja yllä-rysen avulla. Muusta tuuleiden leijunan kokonaisu- ja sitenjä. Sitien- karkkia ja sit- sähäkasta ylläryksistä tehtiin karkkisarvenhaari ja toistettiin värit. Koodin Mo- stert-ähtimen paljauk. Opetettiin muutamaa kirjainta BUNNY.	Smarties-karkkien ja yllärymmien avulla, kaikki Smarties-kar- kit koodaan väreitään omiin kassoihin ja värien nimet toistetaan. Kakeista tehdään sarvenhaari.
Kuvarympäristö	Siniharmaan pöydän päällä, kotirympäristö, amatöörivalais- tus	Siniharmaan pöydän päällä, kotirympäristö, amatöörivalais- tus	Siniharmaan pöydän päällä, kotirympäristö, amatöörivalais- tus	Väikkäiden pöydän päällä, kotirympäristö, amatöörivalais- tus	Siniharmaan pöydän päällä, kotirympäristö, amatöörivalais- tus
Kuvaaja	Kamera jätustalla. Mies avaa munat.	Kamera jätustalla. Mies avaa purkit.	Kamera jätustalla. Mies avaa karkkipurkit.	Kamera jätustalla. Mies avaa karkit.	Kamera jätustalla. Mies avaa karkit.
Näkykyys videossa lapsi/lapsia?	Ei	Ei	Ei	Ei	Ei
Näkykyys videossa muita ihmisiä?	Ei	Ei	Ei	Ei	Ei
Musiikki ja ääni	Taustamusiikkia, munien avausääniä, äänitehosteita	Taustamusiikkia, purkkien avausääniä, äänitehosteita	Taustamusiikkia, pillerey-purkkien avausääniä, äänitehosteita	Taustamusiikkia, rasitien ja munien avausääniä, äänitehosteita	Taustamusiikkia, rasitien ja munien avausääniä, äänitehosteita
Mitä keitä videolla puhutaan?	Englantia, innoituneesti	Englantia, innoituneesti	Englantia, innoituneesti	Englantia, innoituneesti	Englantia, innoituneesti
Kuvankäsittely/ediotointi	Alussa animaatio. Värien nimet tulevat ruudulle niitä ava- tessa ja lukumäärä kasvaa tekstin vieressä. Lopuksi pallot laakeaan uudelleen ja numerot tulevat esiin.	Alussa animaatio. Värien nimet ja määrät häviävät oikeaan reunaan purkkeja avattaessa.	Alussa animaatio, nopeutettua videota.	Alussa animaatio. Nopeutettua videota, leikkauksia.	Alussa animaatio. Nopeutettua videota, leikkauksia.
Videon kuvateksti	Learn, Laugh and Play with BABY BIG MOUTH! Have fun learning, spelling and identifying colours! Subscribe to Baby Big Mouth for more! SUBPRICES! https://www.youtube.com/user/itsbobyB... Join BABY BIG MOUTH on an adventure of fun and discovery with Kinder Eggs, Play-Doh, rare Christmas goodies, exciting new toys from around the world and more! BABY BIG MOUTH will also help you learn, sing, dance and play with surprise singalong songs, phonics fun and interactive games...Just for you! Music Written, Composed, Produced and Performed by Baby Big Mouth! SUBSCRIBE for SUBPRICES!	Learn, Laugh and Play with BABY BIG MOUTH! Ooze and Putty is great for learning, spelling and identifying colours! Subscribe to Baby Big Mouth for more! SUBPRICES! https://www.youtube.com/user/itsbobyB... Join BABY BIG MOUTH on an adventure of fun and discovery with Kinder Eggs, Play-Doh, rare Christmas goodies, exciting new toys from around the world and more! BABY BIG MOUTH will also help you learn, sing, dance and play with surprise singalong songs, phonics fun and interactive games...Just for you! Music Written, Composed, Produced and Performed by Baby Big Mouth! SUBSCRIBE for SUBPRICES!	Learn, Laugh and Play with BABY BIG MOUTH! New Learn Colours with Surprise Eggs and a M & M Rainbow! Great for learning, spell- ing and identifying colours! Subscribe to Baby Big Mouth for more! SUBPRICES! https://www.youtube.com/user/itsbobyB... Join BABY BIG MOUTH on an adventure of fun and discovery with Kinder Eggs, Play-Doh, rare Christmas goodies, exciting new toys from around the world and more! BABY BIG MOUTH will also help you learn, sing, dance and play with surprise singalong songs, phonics fun and interactive games...Just for you! Music Written, Composed, Produced and Performed by Baby Big Mouth! SUBSCRIBE for SUB- PRICES!	Baby Big Mouth discovers a Special Edition Mix of Easter presents- Bright and detailed, and so much fun...with limited edition EASTER Surprise! Music cre- ated, produced and performed by Baby Big Mouth! Happy Easter Around The World! Catalan:- Felice Pasques Cheese:- Fu-huo jie-kua! ie Croatian:- Stetan Usas Danist:- Felice Pasques Chinese:- Fu-huo jie-kua! ie Croatian:- Stetan Usas Danist:- Felice Pasques Dutch:- Vrolijk Pasen or Paasfeest! Estonian:- Head uut aastat! French:- joyeuxes Pasques German:- Frohlich Ostern Hungarian:- Boldog Húsvét! Unepaked! Italian:- Buona Pasqua! Uthmanian:- Linksmu Vajku! Modern Greek:- Kalo Pascha! Norwegian:- God påske! Polish:- Witaj wiosnę! Portuguese:- Boa Pascoa! Russian:- Счастливые Пасхи! Serbian:- Hitozo vaskrsne! Spanish:- Felice Pascoa! Swedish:- Glad Påsk! Turkish:- Merho eller! Hosi Paske! ja Yiddish:- A Froyel'ign Pesah! Kinder Surprise, Kinder Joy, Kinder Überraschung, Kinder Ovo, Kinder Gompus, Kinderegg, Kinderüber- raschung, Verzasningsgi, Kinderschockade, Kinderübererraschung, Kinderover- raskele, Kinder! Neopodranika, Kinder-ylligys, Kinder'egg, Kinder! Megleprets, Kinder Surprise, & キンダーサプライズ, Arabialar, Autogreisy, Armonogium Cas2, Arabialar 2, Aua Aua! Automonill, Auaud Aua2, Bilar 2, Bilar 2 e Cars Camo, 2 Les Bagnines 2, Marahibi 2, Masini 2, Batai 2, Fawaz 2 e Patchy Verde! 2 カート 2 Les Bagnines aminees 汽車總動員 2 Cars! Motor! Bug- genit e Cars! Uare roads! Uduj na resard! Zvonika bujly na resard! Subscribe to Baby Big Mouth for more! SUBPRICES! https://www.youtube.com/user/itsbobyB... Join BABY BIG MOUTH on an adven- ture of fun and discovery with Kinder Eggs, Play-Doh, rare Christmas and Easter goodies, exciting new toys from around the world and more!	Learn, Laugh and Play with BABY BIG MOUTH! New Learn Colours with Surprise Eggs and a Rainbow! Great for learning, spelling and identifying colours! Subscribe to baby Big Mouth for more! SUBPRICES! https://www.youtube.com/user/itsbobyB... Join BABY BIG MOUTH on an adventure of fun and discovery with Kinder Eggs, Play-Doh, rare Christmas goodies, exciting new toys from around the world and more! BABY BIG MOUTH will also help you learn, sing, dance and play with surprise singalong songs, phonics fun and interactive games...Just for you! Music Written, Composed, Produced and Performed by Baby Big Mouth! SUBSCRIBE for SUB- PRICES!

Liite 6. Blu Toys Club Surprise -kanavan 10 katsotuinta videota

Blu Toys Club Surprise	01: Disney Baby Pop-up Pais Surprise Mickey Minnie Goofy Donald Daisy Pluto Dumbo Poppin Toy	02: Paw Patrol Battitude Paint Team Colors with Pezoyo & Lightning McQueen Color Changers Cars Water Toys	03: 150 Giant Surprise Eggs Kinder CARS StarWars Marvel Avengers LEGO Disney Pixar Nickleodeon Peppa	04: Hedge 105 Huonoja Surpresa Pezoyo Peppa Pig Monster-High Disney Frozen Play-Dough Cookie Monster Cars	05: Popin! Cookie Land by Maker #6 Animals Gummy Land by ミツノトク Otakeki by Grade フニキ
Määrätkerrat	160.225.158	160.999.271	156.821.450	132.355.174	120.063.708
Julkaisu	11.8.2014	1.2.2016	4.3.2014	31.10.2014	13.2.2015
Kommentteja	kommentit on poistettu käytöstä tätä videolta.	kommentit on poistettu käytöstä tätä videolta.	kommentit on poistettu käytöstä tätä videolta.	kommentit on poistettu käytöstä tätä videolta.	kommentit on poistettu käytöstä tätä videolta.
Tykkäykset	?	?	?	?	?
Ei-tykkäykset	?	?	?	?	?
Kesto	2:57	3:38	19:01	1:00:00	8:28
Videon teema	6+3	7+8	1	1	1+2
Videon juoni	Miespuolinen henkilö näyttää miten Marnie baaperoi suunnatun pop-up-elua varten. Hän painaa kaanatta, pyörittää ja liiuttaa painikkeita ja kertoo ensin tuoleen hahmojen nimet. Kahdessa lelussa on Disney-hahmoja ja yhdessä Sesame Street -hahmoja.	Näpöro-hahmo hyppii tyhjän Hau -vartiuhden päälle, josta kuuluu painajensa välin nimi englanniksi. Mikään tuoleen ei ole. Pöpsä Pöpsästä ottaa erinäisiä esikkeitä. Samana MCQueen ja Sheriffi. Kalkkien hahmojen päälle painotetaan väriä toistuen värien nimeä. Hahmot asetetaan kyyryntämeeseen ja ne pestään.	Videolla avataan 150 erilaista jättisuurta, mm. Kinder-munista, Minusta, paljasta, pöpsön, tunnettuja Brändien (Halo, mm. Aivot, Star Wars, Disney, Angry Birds, Lego, Transformers, Mario ja Luigi, Käpöri, Lantsekat, Batman, Spiderman, Hello Kitty, Pöpsä, Fossil...)	Videolla avataan 105 jättisuurta, joista useimmista paljastuu Brändi-luja. Lujat koetaan ja ne esitellään kamreille ilman puhutusta. Video etenee pallon hiihtämisen luvun 03. Brändilujista näkyvät mm. Hot Wheels, Lantsekat, Angry Birds, Spiderman, Turtles, Pezoy Rescuersi, Batman... Lopuksi esitellään eritellen seivossassa laapoydan pöpsä.	Undoxing-video japanilaisista tee-se-itse-kakkeista. Pöpsä avataan ja muotti irrotaan. Tämän jälkeen alitsee aarettain kokeilemaan lähtään vettä ja voidaan karkkia hyödyntäen muotista ja värinäitä.
Kuvausympäristö	Kotona	Kotona pöydällä, pyyhkeen päällä	Kotona	Kotona	Kotona
Kuvaaja	Miespuolinen henkilö	Ei tietoa	Ei tietoa	Ei tietoa	Ei tietoa
Näkykö videossa lapsi/apsia?	Ei	Ei	Ei	Ei	Ei
Näkykö videossa muita ihmisiä?	Ei	Ei	Ei	Ei	Ei
Musiikki ja ääni	Leikkia tuleva musiikki	Tansamusiikki	Tansamusiikki	N. 2 minuuttia ennen loppumista musiikkia	Ei
Mitä kieltä videolla puhutaan?	Englantia, aksentilla	Englantia, yhymä Hau -hahmojen äänillä	Ei puheta	Ei puheta	Ei puheta
Kuvaankäsitteily/ediotointi	Suoria leikkauksia	Suoria leikkauksia	Alkueksti animoitu	Alkueksti animoitu, suoria leikkauksia	Suoria leikkauksia
Videon kuvaus teksti	From Playcool this is Disney Baby Poppin! Pais Surprise toy with Mickey Mouse, Donald Duck, Pluto, Goofy and Dumbo presented by Blu Toys Surprise Biniquados. Kiddie favorites characters pop-up from their hiding pieces. For babies and toddlers: Just push buttons, slide lever, turn knob, move dial or flick switch to undock surprise toys hidden. This is a vintage pop-up toy from 1980's - 1 also compared with the Musical Disney Bowtique Pop-up Surprise Toy	Learn Colors with Pezoyo using Nickleodeon Paw Patrol Battitude paint and Disney Pixar Cars Lightning McQueen Color Changers. Paw Patrol is an animated cartoon for babies and toddlers. Although it's a tickler cartoon it acts on Nickleodeon. It's about 6 puppies: Chase, Marshall, Rocky, Zuma, Snye & Rubble, led by a 10-year-old boy Ryder. Nickleodeon Paw Patrol is also called La Pat! Patrouille, P9 Patrol, Patrulla Canina, Patrulla de Carlos, Squatita Zampá, Uleev wim ampynin, Amansas girant, Patrulla de los Carados, Patrulla de la Pata, 爪子巡邏, dhan tuán tra, patte partrouille, 足の八卦, 脚-儿, last patrouille, Pöpsä Patrullulle, patat de patrullaha, aana hahmyh, patrouil lapa, Kouu patrullulle, oteskshim patrulle, lapa de patrullare, uana hahmya, La squadra dei cucciol.	150 Surprise Eggs>Welcome to my Giant Undboxing featuring 150 Surprise Eggs from Movie Cartoon characters such as: Marvel The Avengers,Captain America, Thor, Wolverine, Iron Man, Green Goblin, Venom and Spiderman. Nickleodeon Jimmy Neutron, Angry Birds Space, Trash Pack, The Smurfs, Smurfect, Teenage Mutant Ninja Turtles, The Lego Movie, Disney Pixar Toy Story Buzz Lightyear and SheriffWoody, DC Comics Wonder Woman,Batman Superman, Micro Drones, Cars Big Chudonquicks and Dracoo Lighting!McQueen, Tokyo Mater from cars,Toons Mater's Fall!The Legend of Zelda, Disney Planes A-113 Bravo, Bert10, Mickey Mouse, Tomica Tony Buildable, Figuree Luigi Guido, Hat WHEELS, Walking with Dinosaurs 1-Box,Composaurus, Hello Kitty, Drac-uda, Toy Story Aliens, Angry Birds Star Wars,Toad Han Solo, playdoh stamp, Beyblade Me2 Mahonore Dave Stuart, Skylanders Gears, Pac-Man, Scooby-Doo, Fighting McQueen, Cartoon Network Bert10, The Flintstones, Nintendo Wii/Mario Kart pullback Racers, Thomas the Tank Engine & Friends.	TMNT, Pac-Man and the Ghostly Adventures, Kewl, Lord of the Rings, Bad Piggies, The Rugrats, Super Mario Bros., the Hobbit, Amazing Orange, Disney Pixar Monsters University, Jake from Disney Junior, Lake and the Neverland Pirates, Radiator Springs Sally Carrera, Music by Kevin MacLeod (incompetech.com), Licensed under Creative Commons BY Attribution 3.0https://creativecommons.org/licenses/by...	

Blu Toys Club Surprise	06: Play Doh Transformers Autobots Workshop Playset Transform Lighting McQueen in Autobots Disney Cars	07: Mickey Mouse Clubhouse Pop-Up Pals Surprise Disney Baby Toys - Learn Colors with Dumbo Donald Minnie	08: 4 Pixar Cars Trucks Trailers Mack Trailer Rust-eze, Moop Springs, Octane Gain, Stewie Wall ToyCollector	09: Monster Truck Gear Up n Go Lightning McQueen Cars 2 Buildable Toy From Disney Pixar Toys	10: Tayo the Little Bus Pop up Surprise Pals 돌돌함 꼬마 버스 타고 장난감 타요 마네킨 자동차	
Näyttökerrat	115 620 483	108 515 211	97 277 728	95 131 551	94 260 723	
Julkaisu	15.9.2013	16.5.2015	8.9.2012	1.9.2012	5.6.2015	
Kommentteja	Kommentit on poistettu käytöstä tällä videolla.	Kommentit on poistettu käytöstä tällä videolla.	Kommentit on poistettu käytöstä tällä videolla.	Kommentit on poistettu käytöstä tällä videolla.	Kommentit on poistettu käytöstä tällä videolla.	
Tykkäykset	7	7	7	7	7	
Ei-tykkäykset	7	7	334	7	7	
Kesto	6:31	4:03	3:34	9:35	5:03	
Videon teema	3	6+3+8	6+1+4	1	3	
Videon juoni	Play Doh:n Transformers-lelujen esittely. Muoviliivavahasta Transformers-aioteijä -hahmojen muovioitu leluasetti muuttamilla. Tämän jälkeen luodaan Salama McQueenisa bumblebee. Käteen myös kaldesta muusta Autot -hahmosta Transformers-hahmo.	Saman kalteen Disney-aiheen pop-up-leluun esittelyä kuin suosittumassa videossa ja lisäksi kottamman Mickey Mouse Clubhouse-aiheen pop-up-leluun esittelyä. Videolla tuodaan hahmojen mulla ja värien nimia. Pop-up-leluun luukkujen päälle laitetaan myös muita hahmoja, kuten Napo, Hulk ja Make-veikka. Päinnettäessä leluja ne ippovat. Lopuksi mukaan tulee myös Tuomas Vetur -aiheen pop-up-lelu.	Keijun Car-aiokuvan esittelyleluun unboxing-video. Rekköjen ominaisuksia esitettään ja niihin laitetaan Autot -elokuovan pikkuautot (nim. Salama McQueen) malliksi.		Salama McQueen -aiheisten lelujen unboxingvideo. Salaman kokoninen ja räjäyttöartit monilla paketeissa tulotilla eri osilla.	Tayo-bussin pop-up-leiusta painamalla painamalla, aratään ja laitetaan kiinni lukkuija, josta paljastuu sinjan erilaisia hahmoja. Bussista lähtee pilvion erilaisia aamia ja jappa-nihkietäisä lauluja.
Kuvausympäristö	Kotona	Kotona, värikkaali ja pöydällä/raustalla	Kotona, neutraalil taustaa	Kotona,pöydällä	Kotona, värikäs tuusia ja pöytä	
Kuvaaja	Ei tehoa	Ei tehoa	Ei tehoa	Ei tehoa	Ei tehoa	
Näkyvyö videossa lapsi/lapsia?	Ei	Ei	Ei	Ei	Ei	
Näkyvyö videossa muita ihmisiä?	Ei	Ei	Ei	Ei	Ei	
Musiikki ja ääni	Transformers-leiusta lähtevät äänet	Leiusta lähtevät musiikkija äänet.	Leiusta lähtevät äänet.	Taustamusiikki, leiusta lähtevät äänet	Leiusta lähtevät musiikki ja äänet.	
Mitä kieltä videolla puhutaan?	Englantia, aksentilla	Leiusta lähtevät musiikkija äänet.	Englantia, aksentilla	Englantia, aksentilla	Ei puhetta	
Kuvankäsitteily/vedot	Suonia leikkauksia	Suonia leikkauksia	Suonia leikkauksia	Suonia leikkauksia	Suonia leikkauksia	
Videon kuvaussteekti	This is play doh Transformers Autobot Workshop play set from Dark of the Moon with bumblebee, Ironhide, Megatron and Optimus Prime. Roll cars into the workshop and watch as they transform into robots! This playset comes with 4 cars, 4 car molds and sculpting tools to help build your favorite Transformers best of all with this set you can transform your Disney Pixar play-doh cars into autobots. In this video I'm transforming Cars 2 lightning McQueen, Raoul Goulde and Francesco Bernoulli into robots. Thanks for watching my car-toys reviews by bluecollection. Thanks for watching Blu Toys channel. Great News! John Lasseter, the director of Cars has announced Pixar is working on a Cars 3 film for 2018. Story is about town of Radiator Springs and Route 66. Check out my new 2014 Play-Doh Disney ToyCollector collecting everything about Disneytoys and PixarCars for over 10 years. This is a Brazilian toyChannel dedicated to review juguetes giocattoli y brinquedos de carrinhos. Please subscribe!	Learn colors with Disney Baby Mickey Mouse Clubhouse Pop-Up Surprise Pals from Disney Baby presented by Blu Toys Surprise Binquedo & Juegos. To make them pop open you have to push slide, turn dial & switch the buttons. Each Disney character has a different color & number on the top. Also learn sizes and colors with Disney-Collector at: http://www.youtube.com/DisneyCollector .	Here's how Mickey is called in other languages: "La casa de Mickey Mouse", "Clubul lui Mickey Mouse", "La Maison de Mickey", "Mickey Maus Wunderhaus", "La casa di Topolino", "A Casa de Mickey Mouse", "Клуб Микки Мауса", "Музей Микки Мауса", "Музей Мауса Винниченбург Spielplatz", "A la casa di Topolino", y "Speridin Clubhu". "artículo Miku Mouse", "don Mikkua Mijäy", "미키 마우스의 집", "ミックカーマ우스の家".	Here's my trucks trailers from disney pixar cars model. This is Mack truck hauler, moop springs hauler, "octane gain hauler" and "stewie wall hauler". All the haulers are made of plastic and the trucks made of diecast 1:55 scale. from Mattel toys. Here's how Pixar Cars is called in other countries: "Anabak", "Autó, Automóvil, Autod", "Autot", "Biler", "Bilar", "Carrs", "Mashinohi", "Mashin", "Razat", "Tavna, Tachki, Veturki", "カーズ", "Quatre roues", "Les bagnoles", "Cars Motor rugernt", "Les bagnoles animées", "Carrs camiónes", "Carrs", "Caminión", "Caminion animados", "Carrone animado", "Carrs camión", "汽車總動員?", "Cars Camión Rugernt", "Cars Quatre roues", "Juguetes en research", "Juegos juguetes en research", "Great News! John Lasseter, the director of cars has announced Pixar is working on a Cars 3 film about town of Radiator Springs. No worries, I'll renew all the future toys diecasts and playsets.	Hello cars fans, this is the gear up and go lightning mcqueen monster truck with big wheels from Disney Pixar Cars 2 and Mater!. Comes with 15 parts to mix and match. Hours of fun. Up to 48 combinations. Monster truck McQueen, triple hood scoop McQueen, foglights McQueen, Radiator Springs, McQueen, Tongue McQueen, nightvision, turbo monster truck, foglights monster truck and many others. Click to watch the new cars? gear up n go mcqueen: http://www.youtube.com/watch?v=STLUD... . Must by Kevin Mater! Thank for watching toycollector bluecollection. I'm an avid Disney ToyCollector collecting everything about Disneytoys and soon to be released PixarCars 3. This is a Brazilian toyChannel dedicated to review juguetes giocattoli y brinquedos de carrinhos. Please subscribe! Great News! John Lasseter, the director of Cars has announced Pixar is working on a Cars 3 film about town of Radiator Springs. No worries, I'll renew all the future toys diecasts and playsets.	Disney collector and Blu Toys presents Tayo the Little Bus Pop up Surprise Pals Musical Toy 이번 돌돌함 꼬마 버스 타고 장난감 인니다. :talo mannequin arttoy. Myname: Jungyeol. Tayo el pequeño autobús. Volvire Tayo Le Petit Bus. Spielzeug Tayo der kleine Bus. 차미우우 /차미우우/차미우우. This Tayo is similar to Mikkedodon? Peppa Pig Pop up Pals. Seams Street Pop-Up Pals and to Mickey Mouse Clubhouse talking pop-up-pals. 전체 장난감 돌돌함

Liite 7. [토이푸드] Toy-Pudding TV-kanavan 10 katsotuinta videota

[토이푸드] Toy-Pudding TV	01: Baby Doll Refrigerator toys & Pororo Food toys	02: Ambulance baby doll Doctor Pororo toys	03: Baby Doll Orbeez bath play and Surprise eggs toys	04: 헬로카봇 도봇 7대 카봇 변신 7 Carbot Tobot transforming robot car toys by ToyPudding 토이푸드	05: Baby Doll Ice cream shop and Play Doll Ice cream toys
Näyttökerrat	304 397 452	211 993 293	155 835 423	128 039 243	125 021 422
Julkaisu	6.9.2016	11.6.2015	4.1.2017	2.10.2014	14.1.2016
Kommentteja	9 213	2 078	4 801	3 571	4 721
Tykkäykset	394 000	175 000	170 000	73 000	142 000
Ei-tykkäykset	201 000	91 000	97 000	41 000	76 000
Kesto	7:19	8:35	11:52	10:05	15:20
Videon teema	1+6	1	1+7	3	1
Videon juoni	Konekattosen Baby Doll jääkaappilelun unboxing. Jääkaappiin laitetaan ensin konserttina, josta jälkeen esitetään jääpöytä-acta lelujaapilla. Se asetetaan jääkaappiin. Mukke tuo ostoslistan pajon mukaan, jotka asetetaan jääkaappiin. Teadaan eri toimintoja. Leikkään hahmolla eri jääkaappilaja Pororon hahmoleluilla.	Konekattosen yrittöiden ambulanssilelun unboxing ja leikkideo. Taustalla näkyy mm. ray ja frozeen Anna. Hahmoleluille asetetaan leikkimatti ja stereoskooppit. Yrittöille tuodaan ambulanssilla, hahmelle asetetaan tippa, otetaan röntgenkuvat. Frozeen Anna tulee paikalle katsomaan. Pororon lintuhahmo kuuntelee sydäntä. Mukke miltään kuuntelee ja hahmelle laitetaan tarraa-karttapaahan. Lopuksi tytö parane.	Isa mukke vie kolme vauvanukkeja työpöydän vierkkäiden geimimästen pajon kanssa. Pajot tulivat leluja pitin ylös ja tulevat. "Ilakunat" pitkin alas työpömmeseen. Mukke pestään leikkiä ja niiden päälle sulikuttetaan liuista vettä. Kaikki kunniaan jantille puetaan vaatteet. Geelipalloa laitetaan Hello Kitty-salijyysteen. Milla päästetään ulos vauvan raaska. Pajon mukosa löytyy myös yllätyksiä. Lopuksi avataan myös yllätyksinä ja kootaan niiden lelut.	Satsenani robotit muuttavat auton esteeksi. Lelut ovat Etde-Koreassa esiteltävistä Tobot-sarjasta. Auton esteiden, jonka jälkeen niitä aletaan vaurieman robotin muotoon. Yhdelle robotista ametaan lisäosa: miekki ja suojakilpi. Roboteista tulevia äänia esteiden ään.	Avataan iso jääkaappilelu, johon laitetaan erivärisiä Play-Doh- muovilivuaa jateiksi. Yrittömmet tulevat kolmeä hahkeman liseen ja vauvanukke ja jateita. Vauville syötetään jateita ja yrittömmet makkaa ostokset. Videolla esitellään toista jateita- ja kasakoneleluja, jonne syötetään leikkikahat. Myös ray-bussi hahmelle jateita. Loput vämmi jateitot laitetaan lelujääkaappiin.
Kuvausympäristö	Vaikkas kotiympäristö, leluja taustalla	Vaikkas kotiympäristö, leluja taustalla	Vaikkas kotiympäristö, leluja taustalla (mm. Ohja)	Simeen tausta, kotitudio	Vaikkas kotiympäristö, leluja taustalla
Kuvaaja	Kamera jätustalla	Kamera jätustalla	Kamera jätustalla	Kamera jätustalla	Kamera jätustalla
Näkyvyk videossa lapsi/lapsia?	Ei	Ei	Ei	Ei	Ei
Näkyvyk videossa muita ihmisiä?	Ei	Ei	Ei	Ei	Ei
Musiikki ja ääni	Lelujen äänsäähä ja rapinaa, taustamusikkia. Äänitehosteiden äänia (vauvan itku, naurua, veden lonnaa)	Lelujen äänsäähä ja rapinaa, taustamusikkia. Äänitehosteiden äänia	Lelujen äänii, taustamusikkia.	Lelujen äänia, taustamusikkia	Lelujen äänsäähä ja rapinaa, taustamusikkia. Äänitehosteiden äänia (nauua, plöp.)
Mitä kieltä videolla puhutaan?	Ei puhetta	Ei puhetta	Ei puhetta	Ei puhetta	Ei puhetta
Kuvankäsitely/editointi	Suoria leikkauksia	Suoria leikkauksia, välillä nopeutettua videota	Suoria leikkauksia	Suoria kuvauks	Suoria leikkauksia
Videon kuvauskestä	Let's play with Baby doll refrigerator and Pororo Food toys Enjoy & SUBSCRIBE thanks~ ToyPudding	These toys are Ambulance toy baby doll Doctor toys Enjoy and SUBSCRIBE - ToyPudding	Let's play with Baby Doll Orbeez bath and Kinder Joy Surprise eggs toys in Orbeez pool Enjoy and SUBSCRIBE thanks~ ToyPudding	카봇 헬로카봇 도봇 7대 카봇 변신 장난감 동영상입니다. These toys are 7 Hello Carbot TOBOT transforming Robot car toys	Let's play with Baby doll ice cream shop and play dough ice cream toys Enjoy and SUBSCRIBE thanks~ ToyPudding

[토이푸딩] Toy-Pudding TV	06: Wheeze On The Bus Nursery Rhymes playing BUS Tayo Pull Pororo toys 로보카롤리 딸로로 토크와 버스 놀이 장난감	07: Baby doll house toy with Pororo and Kinder Joy toys play	08: Kinder Joy Surprise eggs & Pororo truck toys 키디조이와 딸로로 트럭과 리바 장난감	09: Baby doll and Pororo Toilet toy play → Baby doll house toy play	10: Robocar Poli, Tayo mini car toys
Näyttökerrat	110 395 082	107 726 539	104 843 162	97 237 407	90 095 004
Julkaisu	16.7.2015	18.1.2017	9.12.2015	8.8.2015	9.6.2015
Kommentteja	435	4 320	2 908	873	809
Tykkäykset	123000	126000	89000	67000	56000
Et-ykkäykset	72 000	67000	52000	37000	31000
Kesto	8:30	11:47	14:32	7:40	4:22
Videon teema	1-4-6	1	1	3	1-4-6
Videon juoni	Pääroolilla koulubussileiän unboxing ja leikkimistä. Leikkimistä ja vertailla Tayo koulubussin kanssa. Valojen testausa. Pääroolilla matket ja Pororon hahmoitella meneväk bussin työttin. Tayo-sarjan pikkubussit menevät ison koulubussin työttin.	Korean kielen mukautetun unboxing. Taloon tuodaan tytönukke ja hänen viisi nauranukkeaan. Kaksi Pororon hahmoitella tuovat taloon postia. Robocar Polin polttoainetta tuo paketti, jossa on yllätyksenä, jonka käsittää työttin Anna, Minni Hilti -vaivat ja Salama McQueen -mehiläinen. Avataan monta yllätyksenä (Marti, Luigi, Olaf jne). Unboxing: Shopkins meikkauspiste ja karkkikauppa.	Avataan Kindermunia. Pororo-huoma-auton unboxing. Larvalla on paljon Kinder-munia. Testataan auton toimintoja ja ääniä. Tuodaan lava-autolla vielä lisää Kinder-munia. Mukana videolla näkyy myös kaksi larva-hahmoa. Kinderit avataan ja niiden lelut kootaan.	Aseta tytönukke mene vessapöydälle. Little Mommy - Princess and the party -leluun vessapöydän testata ja esitellä äänneen. Leluaukko näytetään, mutta varsinainen avausvaihe ohitetaan. Eri tytönukke käytet vessapöydällä. Myös Tayo-bussi ja Pororon lintu käyvät pyöryllä. Vessälämpöni jälkeen pestään leikkikalat.	Robocar Polin leluun unboxing ja esittelyä. Autojen toiminnallisuudesta testataan ja niitä leikittään. Myös Tayo-sarjan lelu- autoilla leikittään.
Kuvausympäristö	Vanhäs kotiympäristö, leluja taustalla	Vanhäs kotiympäristö, leluja taustalla	Vanhäs kotiympäristö, leluja taustalla	Vanhäs kotiympäristö, leluja taustalla	Vanhäs kotiympäristö, leluja taustalla
Kuvaaja	Kamera jalustalla	Kamera jalustalla	Kamera jalustalla	Kamera jalustalla	Kamera jalustalla
Näkyvyö videossa lapsi/lapsia?	Ei	Ei	Ei	Ei	Ei
Näkyvyö videossa mita ihmisiä?	Ei	Ei	Ei	Ei	Ei
Musiikki ja ääni	Lelujen äänestäjä ja rapinaa, taustamusikkia.	Lelujen äänestäjä ja rapinaa, taustamusikkia. Äänitehosteita: naurua.	Lelujen äänestäjä ja rapinaa, taustamusikkia. Kuorma-auton ääniä.	Lelujen äänestäjä ja rapinaa, taustamusikkia. Vessapöydän ääniä. Äänitehosteita: juonista, jonka jälkeen "haih".	Lelujen äänestäjä ja rapinaa, taustamusikkia. Äänitehosteita.
Mitä kieltä videoilla puhutaan?	Ei puhetta	Ei puhetta	Ei puhetta	Ei puhetta	Ei puhetta
Kuvauskäyttö/ediotit	Suora leikkauksia	Suora leikkauksia	Suora leikkauksia	Suora leikkauksia	Suora leikkauksia, hidastus.
Videon kuvausteksti	This is wheeze on The Bus Nursery Rhymes & playing Robocar Poli School Bus toys. Enjoy and SUBSCRIBE, thanks - ToyPudding	Let's play with Baby doll house toy with Kinder Joy toys Enjoy and SUBSCRIBE, thanks - ToyPudding	These are Kinder Joy Surprise eggs, Pororo truck car and Lara toys Enjoy and Subscribe, thanks - ToyPudding	Enjoy and SUBSCRIBE, thanks - ToyPudding	These toys are Robocar Poli! Tayo the little bus Pororo shopping cars toys

Liite 8. DCToys Sandaroo Kids -kanavan 10 katsotuinta videota

DCToys Sandaroo Kids		01: SURPRISE TOYS GIANT BALLOON DROP POP CHAI-LENGE & Huge Surprise Toys Video DisneyCartoys → Balloons Dropped From the Ceiling & DisneyCartoys Pops Them To Find Toys	02: Cookie Monster Eats Lightning McQueen, Mater and Other Disney Pixar Cars Micro Drivers → Cookie Monster Eats Lightning McQueen and Mater Disney Pixar Cars	03: DisneyCartoys Frozen Elsa Kids Toys Disney Princess Magic Clip Dolls Polly Pocket Dress Up Dolls → DisneyCartoys Disney Princess Magic Clip Dolls Dress Up in Polly Pocket House	04: GIANT Egg Hunt with HUGE Surprise Eggs Frozen Easter Basket for Kids → Special Easter Egg Hunt With Fun Baskets in Our Backyard	05: GIANT BALLOON DROP SURPRISE TOYS!!! Huge Surprise Toys Video by DisneyCartoys → Giant Balloon Drop From the Ceiling With Balloons Filled With Toys
Näyttökerrat	185 019 480	110 955 456	80 086 513	75 202 606	59 966 217	
Julkaisu	5.2.2015	19.4.2013	7.8.2014	13.3.2015	30.1.2015	
Kommentteja	7 878	1 785	30 969	3 068	3 217	
Tykkäykset	107 000	?	127 000	54 000	58 000	
Ei-tykkäykset	55 000	?	28 800	20 000	17 000	
Kesto	11:32	1:03	7:30	12:41	11:38	
Videon teema	9	7	7	1+9	1+9	
Videon juoni	Kanavan ylläpitäjä Sandra, Spiderman ja Spiderman-pukun pukeutu -tunut Alex-polka pukevat limapalloja, joista paljastuu yllätyksiä, limapalloja. Palloista paljastuu mm. Dora, Minecraft-possu, Frozen Anna, Rainbow Dash, Käryti.	Isolle Cookie Monster -lehdille yritetään huijata elokuvien näytöksi leluja.	Esillä on yhdeksän eri Disney prinsessa. Sandra on löytänyt kirppisästä 2 olollista poljin Polly Pocket -sargin osee, jolla sovitetaan prinsessanlehdelle leikkosuhionneessa. Prinsessamekkojen tilille laitetaan modernia vaatteita. Kehotus kommentoimaan mikä on suosikki.	Sandra, Spiderman ja Spiderman-pukun pukeutunut Alex-polka etsivät pääsääntöisesti koreilinsa kotipöydän. Lauletaan kaksia säntien muna. Aavaan yllätyksiä ja esitellään niiden saaliit karnavalle. mm. Pissa Possu, Olaf, Turtles, Silly, Malle Pol, Raavo Peussteni, Mikki prinsessa...	Kanavan ylläpitäjä Sandra ja Spiderman pukevat limapalloja, joista paljastuu yllätyksiä. Limapalloja. Palkoista paljastuu mm. Salama McQueen, Angry Birds possu, Minni Hiiri, Jalkorouhi, avarainnperiä jn.	
Kuvauksemppäristö	Kotona, lastenhuoneessa lattialla.	Kotona, amatööri	Kotona, amatööri	Kotiha	Kotona, ohjelmassa	
Kuvaaja	?	?	? Kamera hilusalla, kädet näkyvät videolla	?	?	
Näkyvytö videossa lapsi/lapsia?	Kyllä, Alex-polka	Ei	Ei	Kyllä, Alex-polka	Ei	
Näkyvytö videossa muita ihmisiä?	Sandra ja Spiderman	Ei	Ei	Sandra ja Spiderman	Sandra ja Spiderman	
Musiikki ja ääni	Taustamusiikki	Laulu äänit	Äänitehosteita taustamusiikkia	Taustamusiikkia	Äänitehosteita	
Mitä kieltä videolla puhutaan?	Englantia	Englantia	Englantia	Englantia	Englantia	
Kuvanäköteleyt/ediot	Pajon leikkauksia, teksti- ja numeroinnaita	Suorat leikkaukset	Pajon leikkauksia	Moipetuttua videota, tekstinaimaita	Pajon leikkauksia	
Videon kuvaukset	Giant Surprise Toys Balloon Drop by DisneyCartoys, Sandra's son Kai Alex, Sandra fills a huge collection of balloons and do a funny balloon drop. These balloons have surprise toys like Shopkins Season 1 and Shopkins Season 2 inside. Dora The Explorer toys and more! Product info This video features a Giant Surprise Toys Balloon Drop with DisneyCartoys Sandra More Balloon Drop Videos	Cookie Monster Eating Cars's Sesame Street funny monster treat Disney Cartoys presents his son loves eating Cookie Monster Cars. Video by DisneyCartoys, this is a DisneyCartoys carsport. Here is a video of his favorite pass time. Poor Cookie Monster wants to just eat cookies, but we keep on putting Disney Pixar Cars in his mouth. Product info Video Features Sesame Street Count II Cunchi Cookie Monster	Frozen Disney Princess Dolls Elsa and Anna dress up in rubber Polly Pocket clothes instead of their Magic Clip Doll dresses. Elsa and Anna join their Disney character friends Aurora, Merida, Ariel, Rapunzel, Belle, Cinderella, and Snow White at the Polly Pocket Dressing Room and Store playset. Product info This video features my entire Magic Clip Doll Disney Princess collection and vintage Polly Pocket Clothes and Dressing Room Playset. More Videos Polly Pocket Roller Coaster Mall Disney Frozen Elsa Barbie Little Mermaid Ariel Magic Clip Dolls	Egg Hunt with lots of surprise eggs filled with toys in little and big eggs. DisneyCartoys Sandra and Little Alex have a competition searching for Easter Eggs using their Easter Baskets. We open giant surprise eggs and little ones filled with Shopkins. our Easter Egg Hunt Little Alex wins! Product info This video features a giant Easter Egg Hunt with DisneyCartoys Music YouTube Sugar Zone, Love, If That A Chicken	Giant Surprise Toys Balloon Drop by DisneyCartoys, Sandra fills a huge collection of balloons and do a funny balloon drop. These balloons have surprise toys! Product info This video features a Giant Surprise Toys Balloon Drop	

DCTOYS Sandaroo Kids	06: Peppa Pig roller coaster Polly Pocket Theme Park DisneyCartOys George Pig Car Crash → Peppa Pig roller coaster at Polly Pocket Resort Theme Park Family Day	07: Giant PLAY DOH Egg Kinder Surprise Egg & Choco Treasure Surprise Toys Cookie Monster + Blind Bags → Giant PLAY DOH Egg Opening With Cookie Monster	08: Surprise Toys BALL PR CHALLENGE Barbie, Mickey Mouse & Spiderman by DisneyCartOys → Disney Cars Lightning McQueen Bed Turned Into a Ballpit Filled With Toys	09: BUBBLE GUPPIES Color Change Mermaid Dolls SURPRISE EGGS & Color Changes Baby DisneyCartOys → BUBBLE GUPPIES Color Change Mermaid Dolls Surprise Eggs	10: SURPRISE TOYS Ball Pit CHALLENGE Surprise Eggs & Blind Bags DisneyCartOys → Ball Pit Toy Dig Contest Where Sandra Digs in a McQueen Bed Themed Ballpit
Näyttökerrat	53 657 602	46 498 122	46 437 077	46 317 734	44 432 099
Julkaistu	29.8.2014	2.1.2014	20.11.2014	3.1.2015	8.2.2015
Kommenteitaja	2 967	2 337	3 116	2 457	2 449
Tykkäykset	65 000	26 000	42 000	34 000	29 000
Ei-tykkäykset	18 000	14000	12000	12000	11000
Kesto	4:04	6:13	5:09	5:47	6:31
Videon teema	5	1	1+9	1+3	1+9
Videon juoni	Nukkeanimaatio Pipsa Rossun saapumisesta perheensä kanssa Polly Pocket -alueeseen humpuustun, Rossin kulkevat vuoristoradassa, syöväät buffetissa ja remouvat uima-allaalla.	Play-Doh -muovailuvahen sisältä on suklaamunia, jotka avetaan. Mistä tulevat lelut kootaan ja esitellään. Cookie Monster -lelu saa "syödä" suklaat. Lopuksi avataan jättimäinen, johon sisällä löytyy Lalaloopy pomeja, Angry Birds -leluja, Cinderella-prinsessa ja Super Mario -lelu. Lelut avetaan paketeistaan ja esitellään. Pöytä syntetisoi cookie monsterille. Vain kädet näkyvät ja Sandra aani kuuluu.	Sandra ja Spideeman ovat käyttäneet Salama McQueen -sängyn paljontieripalloja. Pallojen kanssa on 30 yllätystä/lelu. He testaavat kumpi löydä enemmän leluja. Laskissaan lelut he esittelevät niitä kameralle. Min, Kämpö, Toy Story, dinosaurus, minni Hiiri, Mikki Hiiri, Barbie, Monster High, Finn...	Bubble Guppies -alueen kylpyhuone. Moby-meremietto ja Ikkainen vauva ovat kylvyssä. Mollyle tulee illoja huiksin kastuessaan. Hukset lauletaan. Ammessa on myös yllätyksiä, joista paljastuu lisää Bubble Guppies -hahmoja. Ariel-meremietto, Bärben koina ja Salama McQueen. Nuket otetaan pois kylpyästä ja lauletaan. Tuuletiden nimet ja pakkaukset mainitaan sekäessä videon lopussa.	Kananan ylläpitäjä Sandra, Spideeman ja Spideeman-pukun pukeutunut Alex-pokka eivät kukaan paljontieripalloja yllätyksiä ammassa yllätyksiä. Löydetyt lelut esitellään kameralle. Min, Saa Wars hahmoja, Turtles, Minicraft-hahmoja, Hulk, Dora, Cookie Monster, Lego-hahmo, Vaino Rynnäähäntä, Minni, Pipsa Rossin...
Kannusympäristö	Kotona, lastenhuoneessa	Kotona, välikäs ruuista	Kotona, lasten huoneessa	Kotona, kylpyhuoneessa	Kotona olohuoneessa
Kuvaja	?	?	?	?	?
Näkyvyt videossa lapsi/apsia?	Ei	Ei	Ei	Ei	Milla, Alex-pokka
Näkyvyt videossa muita ihmisiä?	Ei	Ei	Sandra ja Spideeman	Ei	Sandra ja Spideeman
Musiikki ja ääni	Tanssimusiikkia ja äänitehosteita	Tanssimusiikkia	Tanssimusiikkia	Tanssimusiikkia ja äänitehosteita	Tanssimusiikkia
Mitä kielitä videolla puhutaan?	Englantia	Englantia	Englantia	Englantia	Englantia
Kuvanäkistö/ediot	Pallon leikkauksia	Pallon leikkauksia	Tastinaatio	Pallon leikkauksia, animaatioita yllätyksien osalta	Pallon leikkauksia, tastinaatio
Videon kuvausdetksti	DisneyCartOys Peppa Pig's family visits the Polly Pocket Resort theme park to playset. Daddy Pig blindfolds Peppa and George with Play-Doh to surprise them on a family vacation to the Polly Pocket roller coaster park. George Piggy rides the roller coaster while Peppa and Mumoy Pig swim in the pool. The family drowns to the park in their Muddy Puddles car. Daddy pig eats all the food at the buffet and George creates the roller coaster's car. Mmo Peppa and Papa gets hurt. Product Info This video features the Polly Pocket Resort Roller Coaster Theme Park Playset with Peppa Pig's family and their Muddy Puddles Car. Follow Us https://twitter.com/DisneyCartOys https://www.facebook.com/pages/Disney-plus-google.com/+DisneyCartOys https://www.facebook.com/balpit-damm... Music Outride, Pink Lemonade	Opening several different surprise eggs covered in Play-Doh toy review with DisneyCartOys. Sandra opens Kinder Surprise Eggs and more fun surprises with Cookie Monster. Follow Us https://twitter.com/DisneyCartOys https://www.facebook.com/pages/Disney... https://plus.google.com/+DisneyCartOys Music You Tube	DisneyCartOys Surprise Toys ball pit challenge with Sandra Disney CartOys daniel must dig through over 600 balls to find the surprise toys. It's more fun than surprise eggs. Product Info This video features 30 surprise toys hidden in a Disney Cars toy Lightning McQueen #95 toddler bed with over 600 balls. Music Outride, Aniba Miami, Stoker SUBSCRIBE https://www.youtube.com/subscribe?...	Bubble Guppies surprise toys with color changing doll Moby the mermaid, sea big surprise eggs and a color shifting baby doll! The plastic surprise eggs are much bigger than a normal kinder surprise egg and filled with bath toys. DisneyCartOys plays with the Splash & Surprise Moby doll and changes her hair color from pink to purple like a real hair salon. Follow Us https://twitter.com/DisneyCartOys https://www.facebook.com/pages/Disney... https://plus.google.com/+DisneyCartOys Music Outride, No Presha, Mr Pink	Giant Surprise Toys Ball Pit Challenge with DisneyCartOys dig through the ballpit. The Ballpit is a Lightning McQueen toddler bed for preschool kids. Inside the ball pit have blind bags, surprise eggs, and other mystery surprises like Minicraft, Frozen Elsa Magic Clip Dolls, Paw Patrol, Cookie Monster, Dora the Explorer, Shinkies, Hello Kitty, Star Wars, Ewok, Sheriff Callie Wild West figures. Product Info This video features a Giant Ballpit challenge with lots of surprise eggs, blind bags and hidden