

Lelutarinointia Tuubissa: Leikkijä ja liikkuvat Uglydoll-kuvat

Katriina Heljakka

Lelututkija

Aalto-yliopiston taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu, Taiteen laitos.

Tutkimusartikkelissa tarkastellaan leluleikkijöiden itse tuottamia audiovisuaalisia tarinoita YouTubessa. Tarkastelun keskiöön nousevat Uglydoll-hahmoista tuotetut videot, joita verrataan suosittuun lelubrändin synnyttämiin taustatarinoin.

Tässä artikkelissa kysyn aineistoltani ensin, millä tavoin leikkijöiden itsensä kuvaamat lelutarinat vertautuvat leluteollisuuden ehdottamiin, leluhahmoin liittyviin taustatarinoin (back stories). Toiseksi keskityn tarkemmin leluleikkijöiden omaehtoiseen videokertomuksiin, ja kiinnitän erityistä huomiota siihen, miten leikkijä-kuvaajien luova toiminta ilmenee tarkastelemissani videoissa sekä miten se suhteutuu lelusuunnittelijoiden luomiin, alkuperäisiin merkityskehysiin.



Kuva 1. Uglydoll-tarjontaa New Yorkin FAO Schwarz -lelu kaupassa kirjoittajan kuvaamana. Kuvassa vasemmalta oikealle leluhahmot Uglybot Black, Jeero, Citizen #6 Sour Corn, Groody, Winkolina ja (toinen) Uglybot Black.

Lelu: media mediassa

Tunnettu leikkitutkija Brian Sutton-Smith esitti jo 1990-luvulla ajatuksen leikillisen käänteen aikakaudesta, joka näyttää toteutuneen 2010-luvulle tultaessa (Sutton-Smith 1997). Leikki on laajentunut aikuisväestöön, lelut on mahdollista nähdä yhä etenevässä määrin hyväksyttynä osana

kaikenikäisten esinemaailmaa ja visuaalisen kulttuurin kenttää. Esimerkit leluteollisuuden ja leluilla leikkivän yleisön viimeaikaiset kehityssuunnat haastavat selvästi lelututkimuksen piirissä esitetyt väitteet leluleikin yksinäisestä luonteesta (*solitary play*). Lelusta on yhä enenevässä määrin tullut paitsi luovan ilmaisun väline myös kaikenikäisten sosiaaliseen kanssakäymiseen kannustava media.

Lelut voidaan ymmärtää mediana, mikäli niitä tarkastellaan semioottisina merkkeinä (Nelson ja Svensson 2005, 37). Leluilla voidaan ilmaista merkityksiä, joten ne muodostavat semioottisen resurssin (Kress & van Leeuwen 1996, 41). Sosiaalisen median aikakaudella leluihin liitettyjen merkitysten universumi laajentuu yhä useammin yksittäisen leluesineen ulkopuolelle, mediumista toiseen. Lelujen ympärille kasvaa jatkuvasti lelutarinoita ylläpitäviä ja uusintavia faniryhmiä.^[1] Lisäksi ne levittäytyvät myös esimerkiksi kirjallisuuteen, sarjakuviin, televisiosarjoihin ja muihin populaarikulttuurisiin oheistuotteisiin.

Lelujen tarkastelu median näkökulmasta käsin on kiinnostavaa siksi, että sen kautta leluleikki näyttäytyy yhä etenevässä määrin myös aikuisen viihdykkeenä ja harrastuksena.^[2] Esitänkin tässä näkemyksen, jonka mukaan nykyajan leluhahmot voidaan nähdä osana kaikenikäisten leikkijöiden elämysmaailmaa, luovaan ja tuottavaan leikkiin kutsuvina ja innoittavina esineinä.

Lelun tärkein ominaisuus on leikkijän iästä riippumatta kuitenkin sama; houkutteleva ulkomuoto, joka sisältää leikin potentiaalin ja kutsuu jatkamaan lelun tarinaa. Koskettamaan kutsuva materiaallinen ulottuvuus on visuaalisen viehättävyyden ohella toinen lelun tärkeimmistä ominaisuuksista. Leluhahmoista, kuten erilaisista nukeista, toimintahahmoista ja pehmoeläimistä puhuttaessa kasvot – etenkin silmät ja niiden myötä muotoillut erilaiset ilmeet – ovat ensiarvoisen ratkaisevia lelun estetiikalle^[3]. Inhimillisiä piirteitä sisältävät leluhahmot houkuttelevat leikkimään. Onnistuessaan tässä lelut kannustavat leikkijän muokkaamaan ja manipuloimaan itseään esineinä. Leluun on oikeus kajota ja sitä saa käsitellä leikkijän vapaasti määrittelemällä tavalla.

Leluleikki edustaa erityistä esinesuhteiden kategoriaa inhimillisen kokemusmaailman piirissä, sillä lelun käyttötarkoitusta ei ole ennalta määrätty. Lelu on taideteoksen tapaan avoin esine, jonka tulkinnan ja sitä kautta lopullisen merkityksen leikkijä määrittää itse. Lelututkija ja antropologi Jean-Pierre Rossien mukaan lelujen luonne voidaan ymmärtää ainoastaan pohtimalla leikkiä, jonka kautta niiden käyttö – leikkiminen – toteutuu (Rossie 2005).

Roger Caillois määrittelee leikin vapaaksi, erilliseksi, ei-tuottavaksi ja kuitenkin säännellyksi ja mielikuvitukselliseksi (Caillois 1961, ix-x). Määritelmän mukaan erilaiset leikit ja pelit voidaan sisällyttää neljään kategoriaan, joita ovat *agôn* (kilpailu), *alea* (sattuma), *mimicry* (kuvittelu), *and ilinx* (huimaus). *Mimicryyn* liittyy erilaisten roolien ja kuviteltujen tapahtumien luominen, ennakoimattomuus, suostuminen tapahtumien vietäväksi. Leluleikissä korostuvat edellä mainituista etenkin erilaiset (kuvitteelliset) roolit ja (kuviteltujen) tapahtumien luominen. Leikin on ajateltu erottuvan esimerkiksi peleistä jäsentymättömän luonteensa vuoksi. Nykyään tutkijat painottavat kuitenkin, että leikin ja pelien välille ei välttämättä ole syytä tehdä tiukkoja rajanvetoja (ks. esim Mäyrä 2004; Karimäki 2007; Heljakka 2012). Pelitutkija Olli Sotamaa (2009) on osoittanut nykypelaamiseen liittyvän *tuotannollisuuden*. Omat tutkimukseni aikuisten leluleikin parissa tukevat ajatusta nykyleikin tuotannollisesta olemuksesta (Heljakka, tulossa 2013). Tässä artikkelissa huomioni kiinnittyykin erityisesti leikin tarinankerronnalliseen ja siten merkityksiä luovasti edelleen rakentavaan ulottuvuuteen.

Nykypäivänä leluilla on perinteisen leikin ohella monia funktioita. Keräilijöille erilaiset lelut voivat edustaa statussymboleita (Shoaf 2010, 176), mutta ne voidaan nähdä myös puhtaasti esteettisinä esineinä. Toisaalta lelut voivat houkutella luovaan ja tuottavaan leikkiin, jolloin käyttäjä/leikkijä liittyy

lelun muihin harrastuksiin kuten ompeluun, valokuvaukseen tai sosiaalisen median kautta tapahtuvaan, muiden leluharrastajien kanssa käytävään vuorovaikutukseen (ks. esim. Heljakka 2011).

Myös lelusuunnittelija voidaan nähdä leikkijänä, sillä lelusuunnittelu perustuu nimenomaan mielikuvituksen vapaaseen lentoon, ideoiden rajattomaan leikkiin ja näistä kumpuaviin (lelu)tarinoihin. Lelut suunniteltuina tuotteina mahdollistavat leikkijälleen näin ollen erityyppisen kommunikaation ulkomaailman kanssa. Leluleikin monet muodot osoittavat leluesineen erilaiset käytön mahdollisuudet^[4]. Leluhahmolle voidaan niin suunnittelijan kuin käyttäjä/leikkijänkin toimesta luoda persoonallisuus, joka voi toimia lähtökohtana leluun liitetyn tarinan jatkamiselle.

Leluja voidaan lukea" itsenäisinä tarinoina, mutta esineinä ne ovat aina suhteessa toisiin kertomuksiin tai esiintyvät muissa narratiiveissa. Lelut voidaan siksi nähdä osana viihteen supersysteemiä, jonka käsitteen Marsha Kinder (1993) on lanseerannut. Ajatuksen mukaisesti tämän supersysteemin piirissä erilaiset mediasisällöt limittyvät ja kutoutuvat osaksi laajaa merkitysverkkoa.

Lasten medialeikeistä kirjoittaneen folkloristi ja leikintutkija Reeli Karimäen mukaan jokainen leikki on sisällöltään erilainen ja lapset myös yhdistelevät erilaisia aiheita, hahmoja ja juonikuvioita toisiinsa (2007, 40). Näin ollen lelut voidaan nähdä *narratiivisina artefakteina* (Selander 1999). Tämä tarkoittaa sitä, että lelut eivät yksinomaan edusta sitä, mitä ne näyttäisivät olevan, vaan niistä on tullut osa tapaa, jolla tuotamme näkemyksiä ja odotuksia maailmasta ja itsestämme. Leluista on viime vuosikymmenten aikana tullut merkittävä osa populaarikulttuurin suurta kertomusta (Nelson & Svensson 2005, 44).

Leluhahmot sisältävät siis tavalla tai toisella tarinan alun. Usein tarinalle antaa alun lelun suunnittelija, joka valitsee hahmolle nimen ja johtolankoja hahmon mahdollisesta sukupuolesta ja mieltymyksen kohteista. Lelu on avoin objekti, manipuloinnin kannalta mahdollisuuksia täynnä oleva esine. Leikkijän tehtäväksi muodostuu tarinan eteenpäin vieminen, mikä aktualisoituu konkreettisesti leikkutilanteessa. Lelut ovat näiden pohdintojen valossa aikaansa heijastava ja kommunikatiivinen media.

Tarinallistettu nykylelu

Tuskin koskaan aiemmin mediassa on seikkaillut samanaikaisesti niin monenlaisia fantasiaolentoja kuin tänä päivänä (Karimäki 2007, 41). Leluhahmoin voidaan siis rakentaa sisään tarinan alku erilaisten viihdeteollisuuteen liittyvien kytkösten muodossa, mutta yksittäinen leluesine voi olla myös kaiken lähtöpiste.^[5] Tämän päivän leluhahmoin liittyvät trendit näyttäisivät jakautuvan kahteen suuntaukseen. Yhtäältä tavoitellaan äärimmäistä realismia, jossa lelun ja ihmishahmon rajat hämärtyvät.^[6] Toisaalta suunnitellaan fantasiaan perustuvia hahmoja, joiden ulkoisia esikuvia on vaikea yhdistää ihmiseen tai edes tunnettuihin eläinlajeihin. Nykyleluja määrittävät konkreettisten attribuuttien (iso pää, pieni vartalo, suuret silmät, olematon nenä) ohella eritoten ne suhteet, joita ihmiset muodostavat hahmoin (Allison 2006, 205–206). Lelua voidaan siis lukea "tarinana" sen ulkoisten ominaisuuksien kautta. Kuitenkin myös jälkimmäiseen – fantasiaan perustuvien – leluhahmojen ryhmään liitetään lähes aina taustakertomusten myötä inhimillisiä piirteitä, jotta samaistuminen ja kiintyminen leluun olisivat todennäköisempää.

Yhä useammin uusiin leluihin liitetään suunnittelijan toimesta ulkoisten attribuuttien lisäksi myös *kirjallinen* taustatarina, joka tulee ilmaistuksi lelun pakkauksessa tai leluhahmoon kiinnitettyssä etiketissä. Leluun liitetty tarina voi kiteytyä suunnittelijan sille antamassa nimessä tai kokonaisessa taustakertomuksessa, joka antaa vihjeitä lelun "persoonallisuudesta". 1980-luvulla lanseeratut *Kaalitarhan tenavat*^[7] löivät lopullisesti läpi ajatuksen, jonka mukaan leluhahmolle voidaan

antaa paitsi sukupuoli, myös uniikki persoonallisuus nimeä myöten. Nykylelut, kuten tässä artikkelissa käsitellyt, fantasiaan perustuvat Uglydoll-pehmot, jatkavat tätä traditiota. Leluhahmon taustatarina ja luonteenkuvaus voi olla vaikkapa seuraavanlainen:

WAGE^[8]

Wage on kova paiskimaan töitä, aivan kuten sinäkin! Hän työskentelee paikallisessa Super Marketissa ja pukeutuu esiliinaan palvellakseen asiakkaitaan parhaalla tavalla. Tietääkö Super Market että Wage työskentelee siellä? Ei. Mutta se ei haittaa Wagea. Hän pitää asioiden, esimerkiksi välipalojen, pakkaamisesta kasseihin. Wagen paras ystävä on Babo, mutta aina on tilaa vielä uudelle ystävälle (sinulle). Tapaat nämä kaksi kaverusta usein katukäytävällä tekemässä tuttavuutta palopostien, puhelinkoppien ja muiden yksinäisten olioiden kanssa.

Lelusuunnittelijoiden luomat, uudet design-leluhahmot, kuten tässä käsittelemäni Uglydollit perustuvat usein hirviöteeman ja söpöyden erilaisiin yhdistelmiin. Lapsekkuus ja naiivi ilmeikkyyys yhdistetään leluissa hirviömäiseen tai muodottomaan kehoon. Pelon ja haavoittuvaisuuden piirteet luovat yhdessä postmodernille visuaalisuudelle tyypillisen ristiriidan, joka toistuu monissa nykypäivän leluhahmoissa. Uglydoll-hahmojen pehmeät ja mielikuvitukselliset vartalot sekä lapsekkaat kasvopiirteet tekevät niistä nimestään huolimatta ”herttaisia ja halattavia” (Walker 2004).

Antropomorfismi, eli ihmisenkaltaistaminen – inhimillisten ominaisuuksien liittäminen eläimiin, esineisiin tai kuvitteellisiin kohteisiin – liittyy keskeisesti söpöyden muotoiluperiaatteisiin. Realistinen kuvaus ja tarkkuus puuttuvat söpöistä esineistä, kuten fantasiaan perustuvista leluista. Pienuus, kompaktius, pehmeys, yksinkertaisuus ja taipuisuus ovat attribuutteja, jotka aikaansaavat miellelyhtymiä avuttomuuteen, säälittävyteen ja jopa epätoivoon (Ngai 2005). Uglydoll-hahmojen taustatarinoissa korostuvat universaalit inhimilliset tunnetilat kuten yksinäisyyden aiheuttamat pelot ja kaihomielisyys ja toisaalta välittämisestä syntyvä kiintymys samanmielisiin, heikomman puolustaminen ja lojaalisuus. Vakavat aiheet tuodaan esille humoristisessa valossa, kuten esimerkiksi Babo-hahmon kohdalla:

BABO^[9]

Babo suojelee sinua. Onko paha päivä? Kiusaako joku sinua? Babo suojaa selkääsi. Mihin Babo ei pysty ajatuksen tasolla, sen hän korvaa sinulle rakkaudellaan. Hän on kaikkien paras ystävä. Hän pysyy vierelläsi viimeiseen asti ja kun jotain pelottavaa tapahtuu, hän lähettää sinulle mukavan postikortin sieltä, minne ikinä karkaakaan.

Leluhahmot koskettavat käyttäjiä/leikkijöitä tunnetasolla niiden persoonallisuuden toimiessa tarttumapintana kiintymykselle. Mitä enemmän leikkijä oppii tuntemaan leluhahmoa, sitä syvemmin hän kiintyy tähän (Mustafa 2006). Leluhahmo voidaan Uglydollien tapauksessa nähdä myös intertekstuaalisia viitteitä sisältävänä mediana. ”Uglyversumin” [Uglyverse] hahmot viittaavat tietyiltä osin myös toisiinsa. Jo esitellyt Wage ja Babo osoittautuvat Jeero-nimisen hahmon kavereiksi, kuten Uglydoll 2012 katalogista poimittu taustatarina osoittaa:

JEERO^[10]

Jeero tahtoo hengata kanssasi. Miksi? Hän tarvitsee sinua. Jeeron mielestä elämä on niin monimutkaista, että hän tarvitsee sinua lohduttamaan itseään. Wage ja Babo kysyvät Jeerolta paljon kysymyksiä. Hän ihmettelee, miksi he ajattelevat vastausten löytyvän häneltä. Ehkä he tuumivat hänen punaisen nenänsä osoittavan hänen olevan Viisas Jeero. Mutta hän ei ole! Mitä kello on? Jeerolla ei ole mitään käsitystä. Miten pääset sieltä tänne? Älä kysy...Jeero ei tiedä!

Söpöyttä ja hirviömäisyyttä eri tavoilla yhdistelevät leluhahmot näyttäisivät vetoavan myös aikuisiin leikkijöihin leluhahmojen valintaa ajatellen. Asetan kyseisen lelukategorian viime vuosina marginaalisesta ilmiöstä globaaliksi trendiksi muotoutuneen *design-lelujen* kattokäsitteen alle. Design-lelut ovat leluhahmoja; nukkeja, pehmoleluja tai toimintahahmoja, joita valmistetaan rajoitetuissa erissä ja jotka ovat taiteilijoiden tai suunnittelijoiden luomia. Design-leluja valmistetaan erilaisista materiaaleista, useimmiten muovista ja vinyylistä. Lisäksi pehmo- ja kangasmateriaaleja sekä lateksia käytetään näiden lelujen valmistukseen. Lelugenre sai alkunsa 1990-luvun Aasiassa, tarkemmin ottaen hongkongilaisen graafisen suunnittelun alakulttuurin parissa. Design-lelut asettuvat harmaalle alueelle perinteisen, massatuotetun lelun ja toisaalta lumomaisia piirteitä sisältävän taide-esineen välimaastoon. Design-lelu on enemmän kuin massamarkkinoitu lelutoverinsa, sillä design-leluja keräilevä ja niillä leikkijä tunnistaa usein suunnittelusta vastanneen taiteilijan tai muotoilijan.

(Media)leikkijä tarinankertojana

Lelua voidaan käsitellä myös puhtaasti esteettisenä objektina, jolloin sen päätarkoitus on olla esillä ja tuottaa visuaalista nautintoa leikkijälle itselleen. Esineet tarjoavat kuitenkin myös eräänlaisen kommunikatiivisia ulottuvuuksia sisältävän työkalun, jolla elämäntyylin viestiä välitetään muille (Luutonen 2007, 79). Ne voidaan näin ollen luokitella ”keskustelunavauksiksi” (Battarbee 2004, 38–39).

Yksittäinen leikkikalun voi olla portti mielikuvitusmaailmaan aikuisellakin, sisältäen samalla todellisuuteen linkittyviä merkityksiä. Leluihin, kuten esineisiin usein, kiteytyy muistoja eletystä elämästä, onnen ja nostalgian tunteita leikkijän iästä ja tilanteesta riippuen. Nukkeleikeissä ihminen projisioi leluun sellaisia piirteitä, joita hän joko ihailee tai inhoaa (Lönnqvist 1992, 243). Näin leluille tuotetaan merkityksiä, jotka heijastavat todellisen ja toivotun minäkuvan rajapintoja. Leikkiessään lelulla ihminen tuo esineeseen merkityksen. Leluleikin kautta voidaan siis kommunikoida ideoista, arvoista ja ihanteista (Nelson & Svensson 2005, 37–38).

Leluesineiden, kuten erilaisten fantasiafiguurien kanssa kommunikoidessamme saatamme liittää esineeseen ominaisuuksia, jotka inhimillistävät sen ja tekevät siitä kohteen sosiaaliselle kommunikaatiollemme. Jotkut elollistavat esineitä useammin kuin toiset. Esimerkiksi lapset elollistavat esineitä aikuisia useammin (Epley et al. 2008). Leikkiessämme leluilla käymme samalla keskustelua esineen kanssa. Design-lelut sisältävät kertomuksen alun. Kun design-lelusta tulee leikkijän omaisuutta, hän jatkaa lelun kertomusta tavalla tai toisella. Lelusta voi tulla osa sisustusta, lelukokoelman jatke tai kirjaimellisesti osa visuaalista ja interaktiivista leikkiä.

Tuottajalähtöinen ja -ehtoinen toiminta sen luovassa ja tuottavassa merkityksessä luokitellaan usein joko faniuteen tai harrastamiseen liittyväksi toiminnaksi. Näin ollen se tarjoaa mielestäni kiinnostavan vertailupohjan leluleikkijöiden toimintaan, joka yleisesti mielletään erityyppiseksi toiminnallisuudeksi leikkijän iästä riippuen. Toisin sanoen, huomion keskittyessä lapsiin, on toiminta nähty usein vain leikkinä. Aikuisten leluleikkijöiden toiminta sen sijaan määritellään yleisesti *harrastamiseksi* lelujen kanssa, eikä sen näin ollen lasketa asettuvan leikin piiriin. Lelujen kanssa tapahtuva toiminta edustaa nähdäkseni kuitenkin aina leikkiä, sillä lelut on luotu leikittäväksi esineiksi, joiden leikillisen potentiaalin suunnittelusta vastaavat massatuotettujen lelujen ollessa kyseessä lelusuunnittelijat ja leluteollisuus. Leikillisen potentiaalin vapauttamisesta vastaavat itse leikkijät haluamallaan tavoilla. Aikuisten leluleikkejä käsittelevä tutkimukseni osoittaa (Heljakka, tulossa 2013), että leluihin liittyvä toiminnallisuus on moniulotteista, sekä luovuuden että tuottavuuden ajatuksiin kytkeytyvää toimintaa,

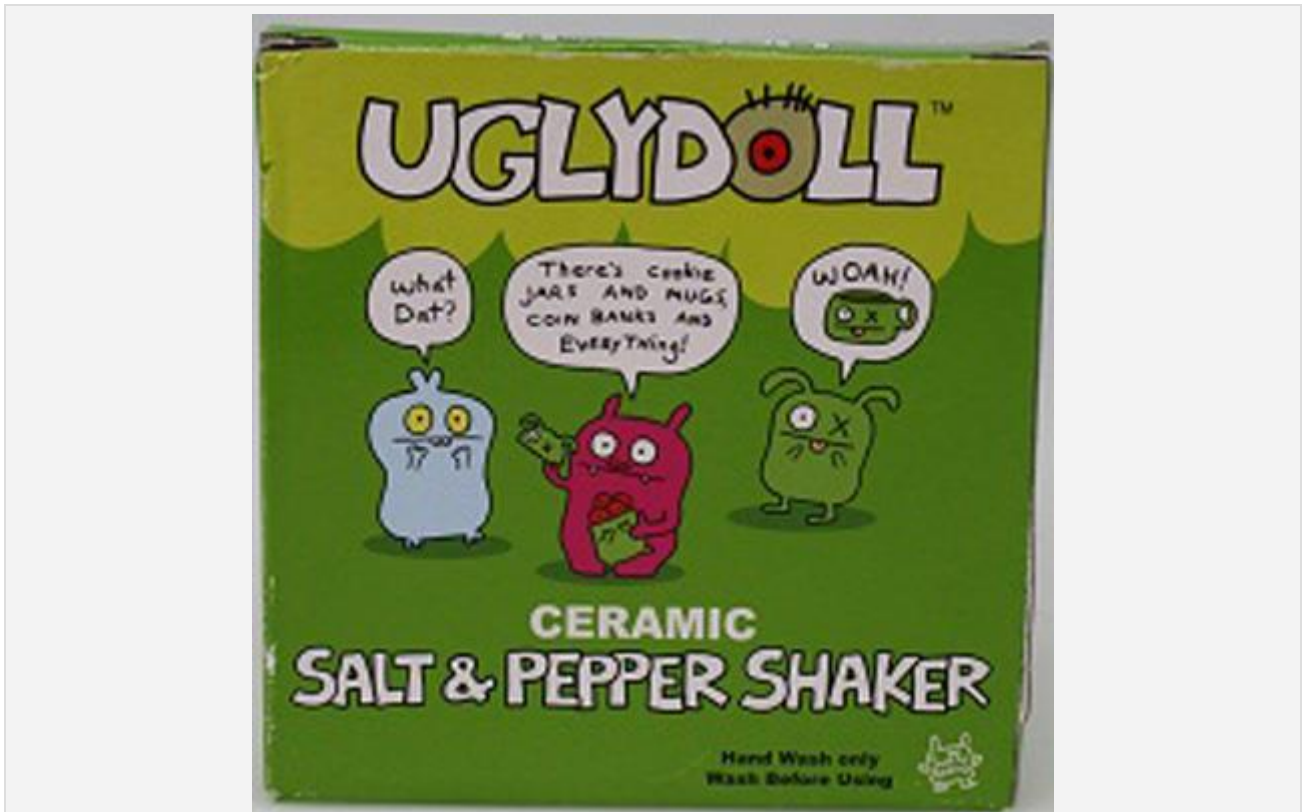
jossa lelusuunnittelijoiden leluhahmoihin integroimat merkitykset haastetaan tai uudelleen tulkitaan ja tuotetaan leikkijöiden toimesta juuri leikkimisen kautta.

Karimäki kuvaa vuonna 2007 ilmestyneessä artikkelissaan niitä lasten leikkejä, joissa hänen mukaansa näkyy vaikutteita mediasta. *Medialeikin* toimijana tai aiheena voi olla vaikkapa mediasta tuttu hahmo (Karimäki 2007, 40). Etenkin nykyajan leikkimateriaalia ajatellen tällä mediasta tutulla hahmolla voi olla juurensa juuri lelu kulttuurissa itsessään, eli ne itse asiassa kumpuavat leluteollisuuden tuottamasta ideasta.

Leluleikin voidaan siksi nähdä edustavan Marjatta Kallialan edustamaa ajatusta leikkijästä *kertojana* (Kalliala 1999, alkup. Geertz 1973 ja 1994). Leikkivä ihminen – *homo ludens* – on myös usein kertova ihminen – *homo narrans*. Leikkiä pidetään myös luovana toimintana, jonka luonne on nähty kaksijakoisena niin leikin prosessia korostavana (leikin autotelinen luonne, ks. esim. Karkama 1981), kuin tuloksellisenakin toimintatyyppinä. Leikin tuloksellisuudella tarkoitan tapaa korostaa toiminnan merkitystä esimerkiksi kognitiivisista ja kasvatuksellisista näkökulmista. Lasten leikkeihin perehtyneet tutkimukset tuovat usein esille leikin opettavaisen luonteen. Aikuisten (lelu)leikissä leikkitoiminnan opettavuus on sitä vastoin usein sivuutettu olettaen, että aikuisiällä tapahtuva leikki edustaa enimmäkseen viihteen ja siitä passiivisena pidetyn nauttimisen aluetta. Tutkimukseni aikuisten lelu kulttuurien parissa osoittaa kuitenkin, että ”arjen leluleikkijät” tulevat leikkitoimintojensa myötä todistaneeksi leikin luovan ja tuottavan ulottuvuuden ja sitä kautta myös jossain määrin opettavan luonteen (Heljakka, tulossa 2013.) Tällä tarkoitan sellaisia leikin muotoja, joissa (aikuiset) leikkijät tulevat muokkaamaan lelun merkityksiä niin fyysisen käsittelyn kuin tarinallisen medialeikin piirteitä sisältävän merkityksenannon tasolla.

Uglydollien laajeneva lelu-universumi

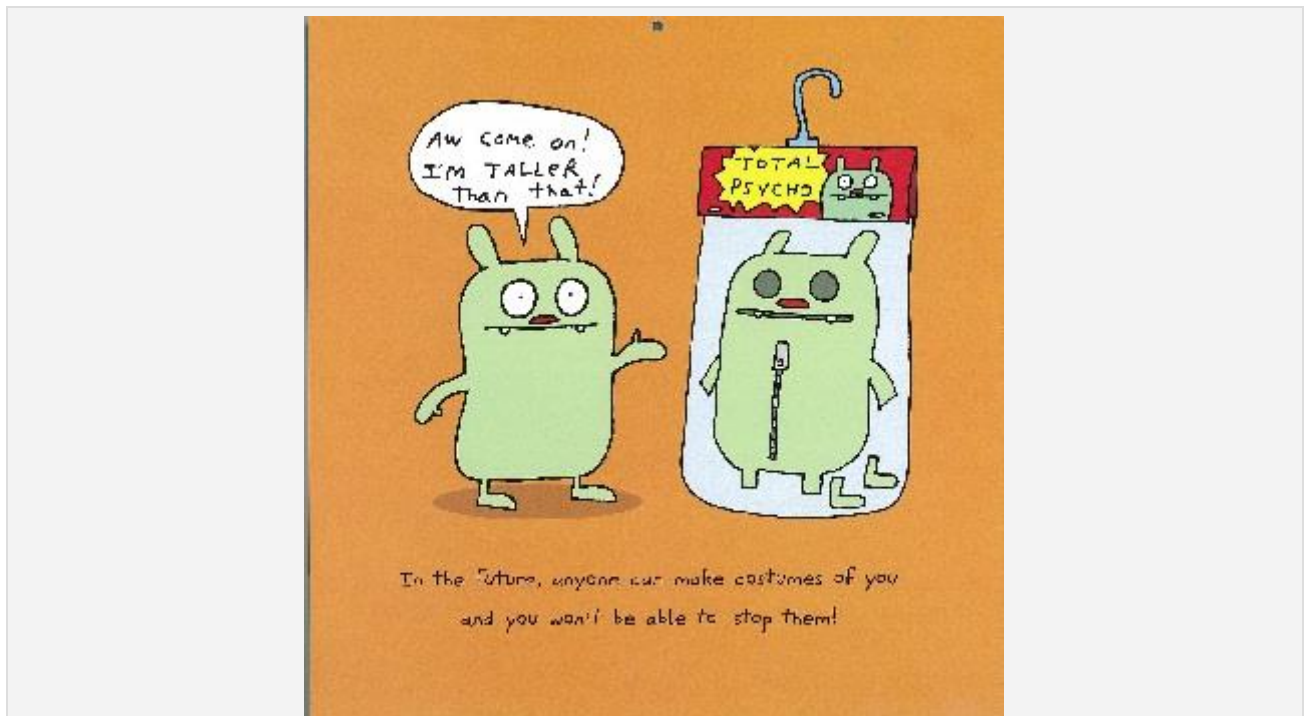
Design-lelujen suunnittelijat ovat usein graafisia suunnittelijoita tai kuvittajia, joillakin on perinteinen kuvataiteellinen koulutus. Jotkut suunnittelijoista ovat myös itseoppineita. Kyseisiin leluihin liittyy usein suunnittelijan henkilökohtaisesta elämästä ammentava syntyhistoria tai ne mielletään sellaisten projektien lopputuloksiksi, joissa tavoitteena on ollut harjoittaa taiteellista ilmaisua. Monet design-lelujen suunnittelijat ovat perustaneet oman lelu yrityksen suunnittelemansa hahmon ympärille. Itsenäisinä toimijoina ne eivät ole riippuvaisia Hasbron ja Mattelin kaltaisista lelualan kansainvälisistä jättiyrityksistä. Yritykset panostavat design-tyyppisten, taiteellisempien lelujen sijasta markkinoilla jo vakiintuneisiin ja massamarkkinoitaviin lisenssihahmoihin perustuviin lelutuotteisiin. Useimpiin design-leluhahmoihin sisältyy persoonallisuutta esille tuova tekijä, joka kannustaa leikkijää kehittämään eteenpäin lelun tarinaa ja laajentamaan näin ollen sen alkuperäistä merkityskenttää.



Kuva 2. Uglydollsien merkitysten universumi levittäytyy leluista päivittäistavaroihin. Tässä on kuvattuna suola- ja pippurisirottimen pakkaus. Huomaa kuvitukseen sisällytetty markkinointiviesti, joka kertoo yhä laajenevasta Uglyversumista: "There's cookie jars and mugs and coin banks and everything!"

Uglydollien tarina alkaa kahdesta taideopiskelijasta, David Horvathista ja Sun-Min Kimistä, jotka tapasivat New Yorkissa ja ihastuivat. Opintojensa jälkeen Sun-Min palasi kotimaahansa Koreaan, mutta tiivis yhteydenpito Davidiin jatkui. Molempien haave leluhahmosta toteutui, kun ensimmäinen Uglydoll-hahmo piirtyi kirjepaperin kulmaan: oranssinvärinen *Wage* oli syntynyt. Piirroksesta alkunsa saanut lelutarina sai Sun-Minin ompelutaidon kautta kolmiulotteisen muotonsa ja kertomuksen jatko on lelualan historiaa. Los Angelesin Giant Robot -lifestyleliikkeestä markkinoille lähteneet pehmot ovat saavuttaneet miljoonayleisön ja samalla vakiintuneen aseman populaarikulttuurissa. Pehmoista kirjoihin, koulutarvikkeisiin ja keittiövälineisiin ulottunut lelutarina kutkuttaa myös valkokankaan käsikirjoittajia. Vuonna 2007 Uglydoll-hahmot *Wage*, *Ice-Bat* ja *Tray* tähdittivät *Mr. Magorium's Wonder Emporium* -elokuvan loppukohtausta.^[11] Viimeisin käänne Horvathin ja Kimin aloittamassa lelutarinassa on toteutusasteella oleva, Illumination Entertainmentin valmistama Uglydoll-elokuva, jonka odotetaan tulevan teatterileivitykseen vuonna 2014.^[12]

Leluharrastajilta kerätyt haastattelut osoittavat, että Uglydolleilla leikitään monin tavoin (Heljakka, tulossa 2013). Aikuisyleisön löytämät pehmot soveltuvat keräilyn lisäksi myös muun muassa kodinsisustukselliseksi yksityiskohdiksi. "Rumien nukkejen" faneiksi tiedetään esimerkiksi seurapiirijulkkis Kim Kardashian ja muotibloggari Tavi. Presidentillisen nosteen brändille antoi vuonna 2009 valtamediaan levinnyt kuva Barack Obaman tyttärestä Sashasta, jonka repussa keikkui Uglydolls-perheen pehmoavaimenperä. (Heljakka 2012b.)



Kuva 3. Uglydoll-hahmojen persoonallisuus kehittyä eri suuntiin paitsi leikkijöiden, myös erilaisten uudelleentulkintojen myötä. Kuvassa kuvitusta Uglydoll-seinäkalenterista, joka leikittelee lelu- (ja hahmosunnitteluun) liittyvällä perusajatuksella. Leikkijä voi uudelleentulkita lelua loputtomiin. Tässä esimerkissä lelu on liitetty cosplay-toimintaan.

Lelukuvat ja dokumentaarisuus

Tutkija Sonja Kankaan mukaan sosiaalisuuden korostaminen, itseilmaisu ja luovuus ovat nousseet painopistealueiksi ja mahdollisuuksiksi digitaalisia (peli-) kulttuureja tarkastellessa. Kangas kirjoittaa pelikulttuuriin sisältyvän nykyään pelaamisen ohella myös monipuolista harrastamista. (Kangas 2007, 49–50.) Digitaalisen kulttuurin parissa on pohdittu kehityssuuntaa, joka viittaa kulttuurin dematerialisoitumiseen. Toisaalta on myös todettu, että aikana, jolloin moni kulttuurinen ilmiö on ainakin osittain siirtynyt digitaalisiin ympäristöihin ja virtuaaliseen todellisuuteen, on materiaalisista artefakteista muodostunut jälleen kiinnostava tutkimusaihe. Esinemaailmaan sijoittuvat lelut asettuvat mielenkiintoisella tavalla tähän keskusteluun, sillä monet nykyiset lelut mahdollistavat leikin sekä materiaalisilla että digitaalisilla leikkikentillä. (ks. esim. Heljakka 2012a.)

Monille juuri lelun käsiteltävyys ja taktiilinen ulottuvuus ovat arvokkaita ominaisuuksia. Materiaalinen ulottuvuus, konkreettisen esineen fyysinen kosketeltavuus on näin ollen merkittävä, houkuttelevuutta ja toisaalta sen muokattavuutta rakentava tekijä. Digitaalisessa kulttuurissa itseilmaisun mahdollistavat monet kanavat näyttäisivät myös korostaneen leluilla tapahtuvan leikin luovuutta ja tuottavuutta. Leikin tuotannolliseen ja siksi myös käsin tekemiseen liittyvään toimintaan kytkeviä aktiviteetteja ovat muun muassa leluja hyödyntävä valokuvaus (photoplay, suom. *kuvaleikki*, ks. Heljakka 2011), joka edustaa yhtä leluleikkijän kertojaroolin ulottuvuuksista.

Visuaalisissa narratiiveissa kertoja identifioidaan useimmiten suhteessa kameraan (Walker & Chaplin 1997, 165). Valokuvan merkitystä leluleikille pohdittaessa voidaan myös kameran ajatella edustavan tärkeää osaa tätä kuvien kautta manifestoituvaa leikin ulottuvuutta. Digitaalinen kamera teknisenä laitteena on tuonut toiminnan piiriin valtavan määrän uusia harrastajia, minkä vuoksi siitä on tullut monitasoinen, leluomainen väline. Metaforisesti ajatellen voidaan kameran ajatella edustavan

leikkivälinettä, koska se tarjoaa mahdollisuuden kuvilla leikkittelyyn niin kuvakulmien, aiheiden kuin erilaisten filttäreidenkin suhteen. Kameran erottaa lelusta sen hyötytarkoitukseen tähtäävä funktio kuvia tuottavana laitteena, mutta kameraan voidaan asennoitua leikkisästi – ajatella laitetta leluna, joka mahdollistaa leikkittelyn. Kuvaleikin näkökulmasta kameralle avulla dokumentoidaan lelujen kanssa tapahtuvaa kanssakäymistä, jonka tuloksena lelukuvat syntyvät. Kameran käyttäjänä leikkijä on myös kuvaaja ja dokumentoija, myöhemmin myös lelukuvia sosiaaliseen mediaan ladatessaan eräänlainen luova sisällöntuottaja (*prosumer*, vrt. Bruns 2008).

Nyky maailman fantasian tila ”par excellence” on internet, joka lukemattomine maailmoineen tarjoaa mielikuvamellastukselle paikan, ja joka ehkä enemmän kuin mikään muu media todella haastaa arjen matriisiin vakauden (Heikka & Rastenberger 2011, 27–28). Lajityyppinä lelukuvat operoivat fantasian ja toden rajapinnalla. Leikin ymmärretään perustuvan kuvitteluun ja imitaatioon, mutta leluleikin materiaalisuus tekee leikistä näkyvän. Lelua manipuloidaan leikkiessä ja leluleikin aineellisuus saa vielä yhden ulottuvuuden lisää, kun leikkihetki tulee kuvatuksi. Kuvaustilanne edustaa leikkiä paitsi luonnolle ja leikkijälle, myös tapahtumaa etäämmältä tarkastelevalle (mahdolliselle) katsojalle. Näin ollen se lähentyy tekona performanssia, johon osallistuvat leikkijä ja lelu sekä mahdollinen ulkopuolinen katsoja. Teos ei ole rajoiltaan selvä – lelukuvan aikaansaavassa leikissä syntyvä kuva, kuvattava ja kuvaaja sulautuvat toisiinsa. Tilanteesta jää jäljelle dokumentaarinen aineisto, jota voidaan yhtäältä tarkastella leikkitalanteen konkreettisenä lopputuloksena, toisaalta onnistuessaan myös taiteellisenä teoksena.

Visuaalisuus on yhtä kuin sosiaalistunut näky (*visuality is vision socialized*), sanovat Walker ja Chaplin (1997). Visuaalisuus on siis ymmärrettävä jaettuna kokemuksena. Leikin ajatellaan myös usein manifestoituvan sosiaalisena toimintana. Kun kyse on leluleikistä, voi leikki tapahtua myös yksin ja intiimisti lelun seurassa. Kun leikki valokuvataan, oletan lelun parissa tapahtuvan leikin siirtyvän sosiaalisen leikin kenttään, sillä lelukuvien tuottaminen sisältää lähtökohtaisesti ajatuksen siitä, että leikkitalanteita halutaan jakaa ja esittää eteenpäin kutsuna leikkiin.

Walkerin ja Chaplinin (1997) mukaan visuaaliset representaatiot ovat paitsi historiallisen todellisuuden reflektioita myös historiallisia dokumentteja/todistusaineistoa. Se mikä on historiassa kuvattu, on siis tapahtunut. Oman jäljen jättäminen ja sosiaalinen osallistuminen luonnehtivat lasten peliharrastamista (Kangas 2007, 50). Myös yhteisöllisessä leluleikissä korostuvat Kankaan mainitsemat piirteet. Leikkiä esitetään yhtäältä, koska nykyaikaiset viestintävälineet mahdollistavat tämän tyyppisen toiminnan, ja toisaalta siksi, että nykyajan lelut jo itsessään sisältävät tarinankerronnalliseen leikkitoimintaan kannustavan potentiaalisen esimerkiksi taustatarinoiden muodossa.

Esimerkiksi omien leikkien dokumentointi on sekä tyttöjen että poikien keskuudessa verraten tavallista. Leikki siirretään tarinaksi, sarjakuvaksi, elokuvaksi, lehdeksi tai piirroksiksi. Leikkiminen on lasten omaa kulttuuria samoin kuin leikkien dokumentoinnista syntyneet tuotoksetkin, eikä niitä ole tarkoitettu säilytettäväksi seuraaville sukupolville tai esitettäväksi katsojille, toisin kuin aikuisten luoma kulttuuri usein on. Lapset dokumentoivat leikkejään lähinnä itseään varten (Karimäki 2007, 45–46.)

Sosiaalisen median leikkikentillä julkaistuista lelutarinoista tekee erityisen mielenkiintoisia se, että nämä julkisesti jaetut (liikkuvat) kuvat todistavat tapahtuneen leikin olemassaolon ja mahdollistavat sen myöhemmin tapahtuvan tarkastelun. Leikkijöiden tuottamat leluaiheiset representaatiot tulevat näin ollen (useimmiten) kertoneeksi kuka leikkii, millä leikkii ja miten lelu leikissä käyttä. Samaan aikaan ne dokumentoivat leikin ja tarjoavat muille mahdollisuuden osallistua leikkiin katsojana, kommentoijana ja jatkossa myös itsenäisenä lelurepresentaatioiden tuottajana. Aiemmin tutkimieni, Flickr-yhteisöpalvelusivustolla esitettyjen ja jaettujen leluvalokuvien perusteella on ollut mahdollista nähdä lelujen valokuvaaminen eräänlaisena kuvaleikkinä. Etenkin Blythe-nuken ympärille rakentuva,

kuvaamiseen liittyvä leikkitoiminta kertoo monipuolisesti aikuisten suosimasta nukketyypistä ja siihen liittyvistä, monivivahteisista aktiviteeteista (Heljakka 2011). Toisin kuin lasten medialeikkejä tutkineen Karimäen päätelmä siitä, että lapset dokumentoivat leikkejään itseään varten, osoittavat aikuisten leludokumentaatiot päinvastaisen motivaation. Lelu(valo)kuvaaminen näyttäisi aikuisilla liittyvän lelujen hoivaamisen (caring) ja sen vuoksi intiimin leikkitapahtuman sijasta tähtäävään selkeämmin leikin jakamiseen (sharing) ja sen tuomaan nautintoon.

YouTube massojen leikkikenttänä

Verkossa käytetty aika kasvaa. Googlen teettämän tutkimuksen mukaan vuonna 2012 netissä on yli 2 miljardia kuluttajaa. 45 prosenttia internetin liikenteestä liittyy videoiden katsomiseen. Vuonna 2015 luvun ennustetaan kasvavan 60 prosenttiin. YouTube on maailman suurin online-videohakemisto ja maailman kolmanneksi suurin sivusto, joka toimii 54:llä eri kielellä. 1,2 miljardia ihmistä katsoi kukin yhteensä 18 tuntia videota vuonna 2011. 30 prosenttia YouTube-videon katsojista jakaa videoita joissain sosiaalisen median palvelussa. Facebookissa jaetaan yhteensä 300 vuotta YouTube-videoita joka päivä (Ronkainen 2012).

Kankaan mukaan visuaalisuus ja viihteellisyys ovat valttia digitaalisen median valinnassa (Kangas 2007, 51). YouTube tunnetaankin suurilta osin juuri musiikkivideoiden ja huumoripitoisten ”pläjäysten” esityspaikkana, jonne yleisö osaa etsiä tullakseen viihdytetyksi. Mediatutkija Susanna Paasosen mukaan YouTubeesta haetaan yhä eniten musiikkia ja hauskoja kotivideoita (Wallenius 2012). Mediaurheilua tutkinut Riikka Turtiainen käsittelee YouTubea yhtenä mediaurheilun kenttänä, jossa urheiluaiheisten videoiden selkeimmät päätyypit liittyvät nostalgiaan ja huumoriin (Turtiainen 2011, 2). Leikkiminen yleisemmin on kuulunut merkittävänä osana internetin käyttöön ja kulttuureihin sen alkua ajoista lähtien (Saarikoski et al. 2009).

”Tuubiin” ladataan joka minuutti 60 tuntia videota ja päivässä palvelusta katsotaan neljä miljardia videota (Wallenius 2012, 28). Kesällä 2012 julkaistu, korealaisartisti PSY:n musiikkia humoristisesti esittävä *Gangnam Style* -musiikkivideo sai mediahuomiota nimenomaan lukuisten YouTube-lataustensa ansiosta. Huhtikuuhun 2013 mennessä videota oli katsottu yli 1,5 miljardia kertaa.



Linkki videoon: https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0&feature=player_embedded

YouTuben pääsivun luokat olivat aineistonkeruuhetkellä (joulukuussa 2012) seuraavat: "Nämä saattavat kiinnostaa sinua", "Autot ja ajoneuvot", "Komedia", "Viihde", "Elokuva ja animaatiot", "Pelit", "Vinkit ja tyyli", "Yhdistykset ja aktivismi", "Ihmiset ja blogit", "Lemmikit ja eläimet", "Tiede ja tekniikka", "Urheilu" ja "Matkailu ja tapahtumat". Leluista tuotetut YouTube-videot hyödyntävät usein leluja joilla on kasvot – erilaisia leluhahmoja. Leluhahmoja voivat olla kaikenlaiset "oliot" aina nukeista erilaisiin figuureihin ja toimintahahmoihin (action figures) ja pehmoeläimet (soft toys, plush) perinteisistä nalleista (teddy bears) uuden ajan pehmoeläimiin. Artikkelissa keskityn tarkastelemaan viimeksi mainittuna, tarkalleen ottaen Uglydoll-leluhahmoja ja niihin pohjautuvia videoituja kertomuksia. Seuraavassa esittelen ja erittelen tarkemmin YouTubesta loppuvuodesta 2012 löytämiäni Uglydoll-aiheista videoita, jotka toimivat esimerkkinä digitaalisiin ympäristöihin siirtyneistä medialeikeistä.

Tuubi, tagit ja esitetty Uglyversum

Uglydoll-videoiden tarkasteluun tähtäävän aineistonkeruun suoritin marras-joulukuussa 2012. Useimpia internetin verkkopalveluita yhdistävät avainsanat eli tagit. Käyttäjät hyödyntävät erilaisia avainsanoja syöttäessään palveluun erityyppistä informaatiota, kuten kuvia, kirjamerkkejä, blogeja ja videoita (Nov et al. 2008, 1097). Tagit ovat avainsanoja, jotka kuvaavat kuvien sisältöä tai kontekstia ja niiden tarkoituksena on helpottaa kuvien järjestämistä ja hakua (Angus, Stuart & Thelwell 2010, 268).

Tein esikartoituksen aiheesta löytyvistä videoista hakusanoilla uglydoll ja uglydolls. Täydensin hakuani vielä pretty ugly -sanaparilla, koska tämä on Uglydoll-tuotemerkistä vastaavan yrityksen virallinen nimi.^[13] Ensimmäiset sata uglydoll-hakusanalla YouTubesta poimimaani videota sijoittuvat luokkiin "Komedia", "Viihde", "Elokuva ja animaatiot", "Vinkit ja tyyli" sekä "Ihmiset ja blogit". Käytyäni läpi ensimmäisessä vaiheessa keräämäni aineiston kävi ilmi, että "Viihde"-luokan videot keskittyvät enimmäkseen Uglydoll-tuotteisiin liittyvään markkinointiviestintään (esimerkiksi Think Fun Toys -yrityksen lukuisat, yksityiskohtaiset tuote-esittelyt). "Vinkit ja tyyli" ja "Ihmiset ja blogit" -luokkien videot liittyivät sen sijaan selkeästi Uglydoll-aiheisten tuunausprojektien esittämiseen ja näihin linkittyviin tutorointivideoihin. Tästä on hyvänä esimerkkinä showmecute-nimimerkin kuvaama projekti *In this video I will show you to decorate your school locker and personalize it to show off your personality.*^[14]

Luokat "Komedia" ja "Elokuvat ja animaatiot" erottuivat ensimmäisellä aineistonkeruukierroksellani joukosta. Ne sisälsivät etsimiäni tarinankerronnallisia ja käyttäjälähtöisesti tuotettuja piirteitä, joiden mukaan tein toisen haun YouTubesta, tällä kertaa keskittyen edellä mainittuihin luokkiin. Latasin molemmista kategorioista 30 ensimmäistä uutta (ensimmäiseen kierrokseen sisältymätöntä) videota päästäkseni lähemmäs tekijöiden omaan tuotantoon perustuvaa liikkuvien Uglydoll-kuvien leikkiä. Karsin joukosta kaikki Uglydoll-maailman ulkopuoliset teokset, kuten esimerkiksi ihmisiä tai muita rumia nukkeja" kuvaavan videomateriaalin.

Ensimmäiset 30 videota osoittautuivat pääosin yhden tekijän tuotannoksi, joten selasin videoita edelleen löytääkseni lisäesimerkkejä muilta tekijöiltä. Sisällytin aineistooni variaation lisäämiseksi niin ikään "Komedia"-luokkaan sijoitetun *American Doll* -nimisen videon, johon olin törmännyt ennen varsinaista aineistonkeruuhetkeä.



Kuva 4. Kuvakaappaus American Idoll -videosta, <http://www.youtube.com/watch?v=KxEivB5sP2o>.

Sisältö ja koostamistapa: Mitä, missä, milloin, miksi?

Mediaesityksiä tarkastellessa tulee huomioida niiden tuotannollinen luonne – esitykset kuten YouTubeen ladatut videot, ovat aina jonkun tuottamaa materiaalia. Tuotannolliset valinnat ohjaavat paitsi kuvaus- tai koostamistekniikkaa, myös käyttöön ja näkökulmaan liittyviä kysymyksiä.

Useimmissa tapauksissa Uglydoll-videoiden tekijä esiintyy nimimerkillä, jolloin esimerkiksi sukupuoli tai kansalaisuus jää ainoastaan taustatietoja, esimerkiksi lataajan antamia vihjeitä, lukuun ottamatta hämärän peittoon. Johtolankoja tekijän sukupuolesta tai iästä on siksi tarvittaessa pyrittävä löytämään itse kuvamateriaalista.

Siinä missä esimerkiksi useat leluaiheet valokuvat Flickrissä tulevat todistaneeksi aikuisten leluleikin olemassaolon ja monimuotoisuuden, voin todeta YouTubeessa esitettyjen Uglydoll-videoiden antavan viitteitä leikkijä-kuvaajien iästä ja sukupuolesta.

Videoissa ääniraidan merkitys on tärkeä, sillä lähes kaikissa videoissa oli mukana yhden tai useamman leikkijän ääni tai taustamusiikki. Leikkijä toimii kertojaäänenä tai antaa hahmolle äänen. Monien tässä artikkelissa esiteltyjen videoiden takaa löytyy videon ääniraidan mukaan esiteini-ikäinen poika, mikä puolestaan kertoo Uglydoll-leluhahmojen yli sukupuolirajojen kurottautuvasta (nukke-)leikkijäkunnasta.

Aineistossani amerikkalaisittain äännetty englanninkieli on ainoa kertojaäänien käyttämä kieli. Selitys amerikkalaisen sisällöntuotannon moninaisuuteen lienee se, että Uglydoll-universumi monine tuoteversioineen on ollut pisimpään tarjolla juuri Yhdysvaltain markkinoilla, eikä hahmoja ole ollut mahdollista hankkia toisaalla maailmassa verkkokaupankäyntiin liittyvien haasteiden vuoksi.

Valtaosa videoista on kuvattu sisätiloissa, kuten kodin intiimissä tilassa, mutta aineistosta löytyy myös esimerkki muun muassa paikallisessa [Walmart-supermarketissa kuvatusta materiaalista](#).

Komediallisissa kotivideoissa kotikutoisuuden tuntua aiheuttavat kenties tarkoittamattomat episodit, joissa kameraan taltioituvat Uglydollien lisäksi esimerkiksi kuvaan tallusteleva koira tai leluhahmoja tukemaan tarkoitettut arkiset esineet. Monissa videoissa vilahtaa Uglydoll-hahmoa pitelevä käsi (tai useampi), joskus jopa leikkijä kokonaisuudessaan, mikä mahdollistaa kuvaaja-kertojan sijoittamisen tiettyyn ikäryhmään. Kokonaisuudessaan aineistoni esittää Uglydoll-videoita tuottavat leikkijät kouluikäisinä tai vanhempina.

Videoiden aiheet vaihtelevat aiempia mediasisältöjä jäljittelevistä tarinoista itse kehiteltyihin juonellisiin seikkailuihin. Tästä syystä Uglydoll-aiheinen liikkuvien kuvien leikki voidaan nähdä noudattavan aiemmin esiteltyjen medialeikin periaatteita.

Kuvaajien leikeissä valokeilaan ei aseteta tiettyä hahmoa yli muiden (esimerkiksi ensimmäisessä hahmoperhe-erässä markkinoille tuotua Wagea tai Ice-Batia), vaan videoissa seikkailevat Uglydollit halki eri vuosien. Toisaalta Uglydoll-hahmot eivät aina esitä liikkuvien kuvien lelutarinoissa (täysin) itseään, vaan juonikuviot voivat liittyä muihin viihdeteollisuuden tuotteisiin, kuten esimerkiksi Star Wars -elokuvaan.^[15] Useissa videoissa kuvauksen kohteeksi valikoituvat myös muut (pehmo)lelut ja jopa erityyppiset pelit^[16], joiden kanssa Uglydollit voivat olla tarinan mukaan vuorovaikutuksessa. Näin fyysiset ja digitaaliset leikkikentät tulevat tallentuneeksi YouTube-videoille ja dokumentoivat tällä tavoin (länsimaalaista, massatuotettua ja kaupallista) leikkikulttuuria paljon yksittäisiä leluhahmoja laajemmin. Jotkut videoista viittaavat todellisiin kalenterivuoden juhlapyyhiin kuten Halloweenin viettoon, pääsiäiseen ja joulun ("Uglymas"). YouTubeista löytyy myös esimerkiksi Yhdysvaltojen kansallispäivään viittaava video.^[17]





My Uglydoll Collection, as of 2009

Kuvat 5 ja 6: Esimerkkejä Uglydoll-videoista, joissa korostuu erityisesti leikin keräilyluonne: Uglydolls Hide And Seek, <http://www.youtube.com/watch?v=Ocq2Exc9xHM> ja My Uglydoll Collection, as of 2009, http://www.youtube.com/watch?feature=endscreen&v=RCO_qtVWzIA&NR=1.

Komedia: Lelutarinat ja tarkoituksellinen huumori

Viiden viime vuoden sisällä YouTubeen ladatuissa (2007–2012) ”Komedia”-luokan videoissa hyödynnetään useimmiten Uglydoll-hahmojen erikokoisia pehmoversioita. Merkillepantavaa on se, että valtaosa videoista esittää useampaa Uglydoll-hahmoa tarinoiden rooleissa. ”Komedia”-luokan videoita tuottaneet leikkijät näyttäisivät tämän huomion valossa edustavan monessa tapauksessa myös Uglydoll-hahmoja *keräileviä* leikkijöitä.

Kategorian videot vaihtelevat kestoltaan muutamista minuuteista korkeintaan kymmeneen minuuttiin. Juonikuviot liittyvät usein kepeiden haasteiden ratkomiseen, kuten syntymäpäiväjuhlien valmisteluun tai tylsyyden voittamiseen. Toisinaan kyseessä ovat sankaritarinat, joissa Uglydollit asetetaan konflikteihin toistensa tai muiden leluhahmojen kanssa. Schmittin (2012) mukaan perinteisiin satuihin liittyy ajatus toimintaan, ei niinkään hahmoihin keskittymisestä. Komedia-luokan Uglydoll-videot ovatkin luonteeltaan hyvin toiminnallisia, eivätkä välttämättä keskity yksittäisten hahmojen sisäisiin tunteihin. Tarkoituksellisen huumorin lelutarinoissa huomio kiinnittyykin lähinnä siihen, miten hahmot liikkuvat ja miten ne esitetään suhteessa toisiin hahmoihin.

Värikkäät leluhahmot tuovat arkisissa kodin ympäristöissä kuvattuihin lelutarinoiniin tarvittavan fantastisen lisänsä, mutta aineistostani löytyy myös osittain mustavalkoisena tuotettu video [UglyDolls~Season 1~Episode 3~Tray's Time Machine](#) ja poikkeuksellisen värimaailman sisältävä video [Uglydolls 38: Babo is back from Heaven](#).

Videoiden koomisuus korostuu useammin leikkijöiden hassuttelevista kertojäänistä, humoristisista (joskus näennäisen väkivaltaisistakin^[18] kohtauksista, hauskoista välispiikeistä, piirretyistä Uglydoll-kuvista^[19], tekstityksistä tai muihin mediasisältöihin viittaavista juonikuvioista, kuten esimerkiksi

leluhahmojen päälle puettuista asusteista.^[20] Toisaalta jotkut Uglydoll-tarinat hyödyntävät rekvisiittana muita leluja. *Total Ugly Doll Island 5* -nimisessä videossa Wage-hahmo ampuu oikeannäköisellä aseella, jonka aidon tuntuista ulkonäköä ihmetellään katsojakommentissakin.

Nimimerkin UglynFunny lataama video nimeltä *American I-doll*^[21] hyödyntää tunnettuja Uglydolleja, kuten Wedgehead ja Ice-Bat -hahmoja. Videon tarina keskittyy kuitenkin American Idol -realitytelevisiosarjan tuomareiden ja laulukilpailuun osallistuneisiin oikeisiin henkilöhahmoihin. Kyseinen video tulee mielenkiintoisella tavalla osoittaneeksi, että Uglydoll-hahmoja käytetään myös eräänlaisten hahmohybridien luomiseen, joissa mediasta tutut henkilöhahmot yhdistyvät humoristisella tavalla leluhahmojen olomuotoon. Toisinaan videot ammentavat aiheita myös viihteen ulkopuolelta. Joukossa on presidentinvaaleihin viittaava, joskin huumorimielellä toteutettu video *Jeero runs for president*.

Elokuvat ja animaatiot: Taidon- ja opinnäytteitä

”Elokuvat ja animaatiot” -luokassa Uglydoll voi olla piirretty, 3D-animoitu, muovinen toimintahahmo (action figure), pehmolelu tai näiden yhdistelmä. Aineistoni videot jakautuvat tämän kategorian osalta kahtia: ensimmäinen osa muistuttaa sisällöltään ja toteutukseltaan läheisesti ”Komedia”-luokan videoita ja toinen täysin tyylillisesti eroavaa lajityyppiä kategorisoinnin sisällä. Luokan toisen osion videot eroavat ”Komedia”-luokan vastaavista lyhydellään – ne saattavat lyhyimmillään olla kestoiltaan vain muutamien sekuntien mittaisia. Videoiden lyhyys ei kuitenkaan tarkoita vähäpätöisenä pidettävää jälkeä; useimmat elokuvat ja animaatiot -kategorian lyhytfilmeistä edustavat viimeisteltyä jälkeä niin teknisen toteutuksen kuin ääniraidankin suhteen. Aineistostani löytyy esimerkiksi [Ugly Doll.mov](#) -video, jonka musiikin tekijä on säveltänyt kokonaan itse Uglydollit mielessään. Leikkijä-kuvaajien viitseliäisyydestä kertovat myös leluhahmoille puettut asusteet ja joissakin tapauksessa jopa kulisseinä toimivat nukkekotimaiset rakennelmat (ks. *A Day in the Life of Ugly*).

Toisinaan tekijä ilmoittaa videon liittyvän kurssisuoritukseen, joten osassa YouTube -videoista^[22] voidaan olettaa olevan kyse opinnäytteestä. Monien videoiden kommentoissa pyydyllään myös anteeksi rouheaa kuvausjälkeä; tekijät kertovat videon olleen heidän ensimmäinen yrittelmänsä luoda animaatioelokuva. Tästä taas voisi päätellä juuri leluhahmojen palvelevan erityisen hyvin kuvausharjoitelmien kohteina. Taidon- ja opinnäytteitä edustavat Uglydoll-videot näyttäisivät aineistoanalyysini perusteella edustavan Komedia-videoihin verrattuna jäsennellympää leikkiä, jonka tuloksellinen ulottuvuus on mahdollista nähdä kuvaaja-leikkijän kannalta tiedostettuna ja tavoiteltuna asiana.



Incomplete Animation Ugly Doll

Kuva 7. Esimerkki taiteellisesti luovasta liikkuvan kuvan Uglydoll-leikistä, ks. tarkemmin <http://www.youtube.com/watch?v=AYM7Dv3Fn48>.

Luovasti leikitty, samanmielisille jaettu

Uglydoll-leikkijät näyttäisivät kehittelevän leluhahmojen tarinoita mitä erilaisimpiin suuntiin, kuten parodioihin ja kauhutarinoihin, jotka sisältävät aineksia paitsi arkiympäristöstä myös fantasiaan pohjautuvista mediasisällöistä. Aineistonani toimivat Uglydoll-videot osoittavat, että leikkijä-kuvaajat esittävät tarinoissa niin taiteellista kuin sosiaalistakin luovuutta. Kangas näkee esimerkiksi pilakuvien edustavan ensiksi mainittua ja virtuaalisten hahmojen uudenlaisen soveltamisen sosiaalisen luovuuden muotona (Kangas 2007, 54).

Artikkelini alussa kuvaillut Uglydoll-taustatarinat elävät eteenpäin leikkijä-kuvaajien videoissa etenkin hahmoihin liitettyjen nimien muodossa; useimmissa tapauksissa YouTube-videoiden tuottajat ovat uskollisia Uglydollien alkuperäisille nimille. Myös useissa taustatarinoissa mainittujen herkkujen (kuten pikkuleipien, cookies) ja välipalojen merkitystä hahmoille ei ole sivuutettu.

Leikki omana aiheenaan tulee myös käsitellyksi liikkuvien kuvien Uglyversumissa: Nimimerkki ”cjajjj” kuvaa yhdessä videoistaan Uglydoll-hahmojen itsensä leikkivän nukkeleikkiä, kunnes ne tulevat tarinan sisällä yllätetyiksi, ja yksi hahmoista sanoo: ”I wasn’t playing with any dolls” (ks. tarkemmin video [Uglydolls 82: Halloween](#)). Näin leikkijä-kuvaaja näyttäytyy ikään kuin metaleikkijänä, joka Uglydollien roolileikin kautta kommentoi myös yleistä suhtautumista (poikien) nukkeleikkeihin.^[23] Analysoimani videoaineiston pohjalta on haasteellista tehdä johtopäätöksiä siitä, rajautuuko videokuvattu leluleikki laajemmassa kokonaisuudessaan tiettyyn ikäryhmään tai sukupuoleen. Aiempi tutkimukseni Uglydoll-leluhahmojen parissa näyttäisi kuitenkin viittaavan molemmista sukupuolista ja eri-ikäisistä leikkijöistä koostuvaan fanikuntaan.

Kuvaajien motiivit tuottaa kyseisiä videoita liittyvät analyysini mukaan paitsi kuvaajan omakohtaiseen tarpeeseen viihdyttää itseään, myös muiden, mahdollisten YouTube-katsojien ja toisten Uglydoll-fanien viihdyttämiseen. Runsaasti Uglydoll-videoita YouTubeen postannut nimimerkki ”cjajjj” (151 videota

4.12.2012 mennessä) on tietoinen katsojakunnastaan ja ilmoittaa tehneensä [Uglydolls 84: cjajji's birthday](#) -videon faneilleen: ”i [sic] decided to make a video for my fans”. Tekijän ja katsojien välillä syntyy palvelun viestiketju-toiminnon kautta vuorovaikutusta esimerkiksi tapauksissa, joissa katsoja kysyy milloin sarjalle on tulossa jatkoa ja tekijä kommentoi lähettämäänsä videota toteamalla ”here” [tässä]. Nimimerkki ”cjajji” kiittää [Uglydolls 84: cjajji's birthday](#) -videon lopputeksteissä katsojiaan ja toteaa seuraajiensa merkitsevän hänelle paljon.

Näin ollen Uglydoll-hahmojen ympärille YouTubessa rakentuva videokulttuuri voidaan nähdä myös eräänlaisina jatkumoina – yhtä leikkitahtia kuvaavana tai yhtä kokeilua paljon pitkäkestoisempana medialeikkinä, johon sekä kuvaaja että katsoja palaavat kerta toisensa jälkeen ja jolle osataan odottaa jatkoa.

Yhteenvetoa

Osallistava media (participatory media), jollaisena YouTube on muiden sosiaalisten media-alustojen ohella mahdollista nähdä, voidaan ajatella myös otollisena maaperänä yhteisölliselle leluileikille, jossa leikkijä luo myöhemmin yleisölle jaettavan lelutarinan. Paitsi että lelut liikkuvat, voi lelusta tuotettu kuvakin olla liikkuva. Audiovisuaaliset representaatiot artikkelissa tarkastelemissani Uglydoll-käyttäjäkulttuureissa kertovat leluaiheisten videoiden olevan vielä suhteellisen harvalukuisia esimerkiksi musiikki- tai hupailuvideoihin nähden. Siinä missä leluaiheiset valokuvat Flickrissä ylittävät jo usean kymmenen miljoonan rajapyykin, näyttäisivät Uglydoll-videot yltävän korkeintaan kymmeniin tuhansiin. Ilmiön suhteellisesta marginaalisuudesta kertovat myös katsontakerrat, jotka liikkuvat enimmillään kymmenissä tuhansissa.

Lelu voi liikuttaa (animate) leikkijäänsä ja toisinpäin. Leikkijän voidaan siis nähdä liikuttavan lelua, mikäli leluun suunniteltu *tarjoma* (affordance) sen mahdollistaa. Toisin sanoen, hyvin suunniteltu lelu voi laittaa leikkijänsä liikkeelle – liikkumaan, liikuttumaan ja luomaan uutta. Nykyajan massatuotettua lelua voi siksi verrata toiminnallisen tarjoutumansa puolesta nukketeatterissa käytettävään nukkeen, jonka yksilöllisyys aktualisoituu leikissä ja korostuu videolle tallentuneessa medialeikissä. Artikkelissa käsittelemäni Uglydoll-videot tarjoavat vain yhden, vielä varsin kapea-alaisen näkymän liikkuvien kuvien leikkiin, jonka edelläkävijöinä voidaan pitää Lego ja Lego Star Wars -aiheisten leluvideoiden tuottajia.^[24]

Liikkuvan kuvan leikkikentästä on muodostumassa yhä merkittävämpi alusta lelujenkin parissa tapahtuvalle toiminnalle. Leluja valmistavat yritykset ovat omalta osaltaan tulleet myös tietoisiksi monialaisesta leluihin liittyvistä merkitysulottuvuuksista. YouTubea käytetään aktiivisesti sekä leikkijöiden itsensä tuottamien leluaiheisten videoiden jakamiseen että myös markkinointikanavana, kuten Singaporessa Kidrobot-leluyrityksen toimesta kuvaama Uglydolleja markkinoiva videotallenne-esimerkki osoittaa.^[25] YouTubessa esitetyt Uglydolls-videot voidaan nähdä edustavan medialeikkiä, jossa kerronnalliseen ja kuvattuun leikkiin sisältyy aina ripaus alkuperäisistä leluihin liitetyistä merkityksistä, mutta jotka leikin myötä saavat leikkijä-kuvaajien käsittelyssä ja juonellistamisessa uusia ulottuvuuksia.

Nautinnon diskurssi liitetään kuvien yhteydessä useimmiten katsojaan, mutta nautinto kuuluu myös keskeisenä osana visuaalisen kulttuurin tuottamiseen (Walker & Chaplin 1997, 148). Leikkijä leikkii, koska leikkiminen on nautinnollista. Karimäen mukaan leikki onkin kaikkein merkityksellisintä ja hauskinta leikkijöille itselleen. ”Lapset leikkivät, koska se on heistä hauskaa, eivätkä suinkaan siksi, että kyse olisi oikean elämän harjoittelusta” (Karimäki 2007, 40, 45). Toisten videoiden kohdalla leikin nautinnollisuuden henkilökohtaisuus korostuu enemmän. Osassa videoista tuotannot muodostuvat siksi

merkityksellisiksi lähinnä kuvaaja-leikkijöilleen itselleen. Leikin nautinnollisuuden lisäksi Uglydoll-videot tulevat kertoneeksi myös leikkijän suhtautumisesta maailmaan – ja toisiin leikkijöihin. Osa videoista ja eri episodeista koostetuista sarjallisista esityksistä keräävät uskollisia seuraajia. Kuvatussaan fantastista leluleikkiään leikkijä haluaa välittää viestiä nautinnollisesta tapahtumasta eli lelun kanssa tapahtuneesta leikistä. Uglydoll-videoiden kannalta olennaista on myös tekijän kommunikatiivinen intentio – videoita kuvataan paitsi leikkijän itsensä vuoksi, myös tiedostetulle yleisölle. Lelut tulevat näin myös edustaneeksi viestintävälinettä viestintävälineen sisällä – mediumia mediassa.

Tutkimukseni mukaan Uglydoll-aiheiset YouTube-videot voidaan nähdä leikkisänä ilmaisukeinona, jonka avulla kommunikoidaan etenkin samanmielisten palvelunkäyttäjien kanssa. Analysoimani videot antavat vihjeitä tekijöidensä iästä ja sukupuolesta. ”Komedia”-luokan videoissa leikkijä näyttäisi useimmin koulu- tai esiteini-ikäiseltä pojalta, mutta pelkästään liikkuvaa kuvaa tutkien on mahdotonta sanoa tarkemmin, kuka vastaa alkuperäisen kuvamateriaalin muokkaamisesta YouTubessa julkaistavaan versioon. Jatkoa ajatellen olisi mielenkiintoista tutkia eroaako tyttöjen ja poikien (tai lasten ja aikuisten) liikkuviin lelukuvauksiin pohjautuva leikki valitun median kannalta. Lisäksi olisi hyvä tutkia kehittykö esimerkiksi YouTubessa esitetty kuvaleikki, mikäli tarkastellaan yksittäisen leikkijän kuvaamia videoita tietyllä aikajanelalla.

”Elokuvat ja animaatiot” -luokan videot ovat hankalammin sijoitettavissa tiettyä ikäryhmää tai sukupuolta edustavien leikkijöiden tekemiksi. Näiden kohdalla vihjeen tekijän iästä ja motiiveista antaa kuitenkin usein videoon liitetyt kommentit, joissa ilmoitetaan tuotannon liittyvän esimerkiksi opinnäytteeseen. Yhteistä analysoidulle aineistokokonaisuudelle on Uglydolleja kaikkine variaatioineen arvostava ja fanittava asenne, joka poikkeuksetta esittää leluhahmot myönteisessä valossa.

Eriyisen kiinnostavaksi ”Uglyversumista” inspiraatiota ammentavan ja itse Uglydoll-hahmoja hyödyntävän medialeikin tarkastelun tekee tämän leluhahmoperheen historiallinen tausta: kaupallistettu Uglydoll-universum sai alkunsa nimenomaan lelusta eikä esimerkiksi animaatiosarjasta, kuten monien muiden nykyään monikanavaista kiinnostusta nauttivan viihdeteollisuuden hahmon osalta on. Siksi liikkuvat leluvaemat edustavat alkujaankin leikkijöiden itsensä tuottamia esityksiä.

Nähtäväksi jääkin, millä tavoin Uglydoll-fanien on mahdollista nähdä yhtymäkohtia viime vuosina YouTubeen ladattujen videoiden ja tulevan, virallisen Uglydoll-teatterielokuvan välillä. Yksi on varmaa – yleisö tulevalle elokuvalle on ehdottomasti olemassa. Varsin todennäköisenä pidän myös sitä, että aikoinaan lanseerattava virallinen liikkuvien Uglydoll-kuvien elokuvaversio tulee poikimaan YouTubessa lukuisia tribuutteja ja uudelleentulkintoja. Lelutarinat jatkuvat, kehittyvät ja monipuolistuvat osana medialeikkien ja leikkijöiden alati rikastuvaa luovaa ja tuottavaa lelukulttuuria. Leikkisyyden ja leikkimielen näkyvämmäksi tekemisen perinne laajenee. Tämän kehityksen keskiössä ei näin ollen olekaan enää leluteollisuuden toimija vaan leikkijät itse.

Lähteet

Kaikki linkit tarkistettu 8.5.2013 ellei toisin mainita

Aineisto

Uglydolls-aiheiset YouTube-videot (joulukuu 2012).

Kirjallisuus

Allison, Anne (2006). *Millennial Monsters - Japanese Toys and the Global Imagination*, Berkeley: University of California Press.

Battarbee, Katja, (2004). *Co-experience. Understanding User Experiences in Social Interaction*. Publication series of the University of Art and Design Helsinki A 51, Helsinki.

Caillois, Roger (1961). *Man, Play and Games* (englanninkielinen käännös Meyer Barash), Urbana and Chicago: University of Illinois Press.

Epley, Nicholas, Adam Waytz, Scott Akalis & John T Cacioppo (2004). "When We Need A Human: Motivational Determinants of Anthropomorphism", *Social Cognition*, Vol. 26, No.2, 2008, 143–155.

Geertz, Clifford (1973, 1994). *The Interpretations of Cultures*. First ed. London: Fontana Press.

Heikka, Elina & Anna-Kaisa Rastenberger (2011). *Liisa Ihmemaassa*. Näyttelyjulkaisu. Helsinki: Suomen Valokuvataiteen Museo.

Heljakka, Katriina (2011). "Nettisuhteita nukkeen. Blythe: Kummajaisesta kulttikamaksi". Teoksessa *Digirakkaus 2.0*. Toim. Petri Saarikoski, Ulla Heinonen ja Riikka Turtiainen. kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen julkaisuja 31, Pori: Turun yliopisto.

Heljakka, Katriina (2012a). "Hybridisyys ja pelillistyminen leikkituotteissa. De-materiaalisen ja re-materiaalisen rajankäynnistä". *Pelitutkimuksen vuosikirja 2012*, <http://www.pelitutkimus.fi/vuosikirja2012/ptvk2012-08.pdf>.

Heljakka, Katriina (2012b). "Rumilukset sulattavat sydämet", *Lelukauppias* 3/2012, 18–19.

Heljakka, Katriina (tulossa 2013). *Principles of Play(fulness) in Contemporary Toy Cultures. From Wow to Flow to Glow*. Aalto University publication series. Doctoral dissertation 72/2013.

Kalliala, Marjatta (1999). *Enkeliprinsessa ja itsari liukumäessä. Leikkikulttuuri ja yhteiskunnan muutos*, Helsinki: Gaudeamus Yliopistokustannus.

Kangas, Sonja (2007). "Mäkin haluan! Pelit luovuuden leikkikenttänä". Teoksessa *Mediametkaa. Osa 2 – Kasvattajan matkaopas lasten mediamaailmaa*, 48–55. Helsinki: Mediakasvatus Metka ry.

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

Karkama, Pertti (1981). "Tosileikkiä – tosi ja leikki taiteessa". Teoksessa *Pelit ja leikit*. Toim. Pekka Laaksonen. Kalevalaseuran vuosikirja 61, 15–26. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Kinder, Marsha (1993). *Playing with Power in Movies, Television and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley: University of California Press.

- Kress, Gunther & Theo van Leeuwen (1996). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
- Luutonen, Marketta (2007). *Tuotesuhteita. Pohdintoja ihmisistä ja tuotteista*. Hamina: Akatiimi.
- Lönnqvist, Bo (1992). "Dockan in gränslandet", *Vår Lösen*, 4, 243–245.
- Mustafa, Nadia (2006). "Who are you calling ugly?" *Time Style & Design*, Winter 2006 Supplement.
- Mäyrä, Frans (2004). *Digitaaliset pelit ja leikit*. Hypermedialaboratorion julkaisuja. Tampere: Tampereen yliopisto, http://www.uta.fi/~tiilma/Mayra_Digitaaliset_pelit_ja_leikit.pdf.
- Nelson, Anders och Krister Svensson (2005). *Barn och leksaker i lek och lärande*. Stockholm: Liber AB.
- Ngai, Sianne (2005). "The Cuteness of the Avant-Garde". *Critical Inquiry*, Vol. 31, no. 4.
- Nov O., Naaman M. & Ye C. (2008). "What Drives Content Tagging: The Case of Photos on". Teoksessa *CHI 2008: Proceedings of the 26th Annual Conference on Human Factors in Computing Systems*, 5–10 April, Florence, Italy. Flickr. Burnett M et al. (eds.) New York: ACM Press, 1097–1100.
- Ronkainen, Anni (2012). *Digital Life*. Esitelmä Joy&Play in Business -tapahtumassa, Helsinki 8.11.2012.
- Rossie, Jean-Pierre (2005). *Toys, Play, Culture and Society. Anthropological Approach with Reference to North Africa and the Sahara*. Stockholm: SITREC.
- Saarikoski, Petri; Suominen, Jaakko; Turtiainen, Riikka & Östman, Sari (2009). *Funetista Facebookiin: Internetin kulttuurihistoria*. Helsinki: Gaudeamus.
- Schmitt, Christoph (2012). S1. *Methods of Film Analysis. Exemplified by Fairy Tale Films*. Elokuva-analyysikurssi Turun Yliopistolla marraskuussa 2012.
- Selander, S. (1999). *Mekaniska såpopoperor och narrativa artefakter*. Arbetspapper inom projektet Toys as communication. Halmstad: Högskolan i Halmstad, NCFL.
- Shoaf, Judy (2010). "Queer Dress and Biased Eyes: The Japanese Doll on the Western Toyshelf". *The Journal of Popular Culture*, Vol. 43, No. 1, 2010, Wiley Periodicals, Inc, 176-194).
- Sotamaa, Olli (2009). *The Player's Game. Towards Understanding Player Production Among Computer Game Cultures*. Dissertation. University of Tampere: Tampere University Press.
- Turtiainen, Riikka (2011). "YouTube käyttäjälähtöisen mediaurheilun areenana". *Wider Screen* 1-2/2011, <http://www.widerscreen.fi/2011-1-2/youtube-kayttajalahtoisen-mediaurheilun-areenana/>.
- Uglydoll Catalogue 2012*, <https://uglydolls.egnyte.com/h-s/20120103/a7dba880c864439b>.
- Walker, John, A. & Sarah Chaplin (1997). *Visual Culture: an Introduction*. Manchester: Manchester University Press.
- Walker, Rob (2004). "Early Interest in the Stuffed Toys Came from Hipsters Who Were into Design and Ambivalent Adulthood". *The New York Times Magazine*, February 15, 2004, Section 6.
- Wallenius, Sanna (2012). "Tuubin tähdet". *Me Naiset* 44/2012, 28–30.

Viitteet

1. Esimerkkinä tästä mm. niin sanotut pallonivelnuket (ball-jointed dolls) ja Blythe-nukke, joiden fanikulttuurin syntymiselle digitaalinen ja sosiaalinen media ovat olleet ratkaisevan tärkeitä. [[takaisin](#)]
2. Väite pohjautuu kirjoittajan tutkimukseen, jonka tulokset osoittavat nimenomaan aikuisten kommunikoivan leluharrastuksestaan verkossa. Kirjoitus liittyy valmisteilla olevaan taiteen tohtorin väitöskirjaan, jossa pyrkimyksenä on selvittää laajemmin lelun tuottamaa elämyksellistä kokemusta niin suunnittelijan, valmistajan kuin aikuisen leikkijänkin näkökulmista käsin. [[takaisin](#)]
3. Toinen Uglydoll-hahmojen luoja, David Horvath toteaa yhdessä YouTuben aiheeseen liittyvistä videoista silmien olevan erityisen tärkeitä hahmoilleen: "the eyes are the window to the soul". ks. tarkemmin *Ugly Dolls Co-Creator David Horvath Draws Babo*, <http://www.youtube.com/watch?v=aTWkKqoRcdw>. [[takaisin](#)]
4. Käytön mahdollisuuksia voidaan tarkastella esim. affordance-teorian pääajatuksen mukaisesti, jossa esineen nähdään mahdollistavan erilaiset käyttötavat sen *tarjoutmien* (eng. affordance) perusteella. Teoria perustuu James J. Gibsonin vuonna 1977 julkaisemaan artikkeliin *The Theory of Affordances*. Teoriaa on sittemmin kehittänyt muun muassa muotoiluteoreetikko Donald Norman. [[takaisin](#)]
5. Lelu voi toisin sanoen perustua kirjallisuuden, elokuvan tai televisiosarjan hahmoon, jolloin kyseessä on lisenssituote kuten esimerkiksi Disney elokuvien -lelufiguurit. Kehitys on kuitenkin kaksisuuntainen: Toisinaan intermediaalinen fantasiamaailma on saanut alkunsa yksittäisestä leluesineestä. Viihdeteollisuus voi rakentaa tuotteitaan myös puhtaasti leluu suunnittelun myötä syntyneen hahmon ympärille, vrt. *Bratz*-nuket, joiden ympärille on nukkejen vanavedessä rakentunut kokonainen tuotemaailma. [[takaisin](#)]
6. Niin kutsutut Reborn ja RealDolls -nuket edustavat tätä lelujen kategoriaa, jonka ensisijaisena kohderyhmänä ovat aikuiset. Nukketaitelijoiden luomat Reborn-nuket muistuttavat ulkoiselta olemukseltaan vastasyntyneitä ja imeväisikäisiä lapsia, RealDolls-nuket simuloivat aikuista ihmistä niin kokonsa kuin ulkonäkönsäkin puolesta. [[takaisin](#)]
7. Alun perin nukketaitelija Xavier Robertsin Little People -nukeista tuli sittemmin maailmanlaajuisia suosiota nauttinut Cabbage Patch Kids -nukkesarja, jonka teollisen valmistuksen aloitti leluyritys Coleco vuonna 1982. [[takaisin](#)]
8. Ensimmäinen Uglydoll-hahmo, joka vietti 10-vuotisjuhliiaan vuonna 2012. Käännös hahmon taustatarinasta kirjoittajan. Alkuperäinen tarina löytyy esim. Uglydoll-tuotekatalogista. Ks. tarkemmin Uglydoll Catalogue 2012, <https://uglydolls.egnyte.com/h-s/20120103/a7dba880c864439b>. [[takaisin](#)]
9. Uglydoll Catalogue 2012. [[takaisin](#)]
10. Ibid. [[takaisin](#)]
11. Ks. <http://en.wikipedia.org/wiki/Uglydolls> ja http://en.wikipedia.org/wiki/Mr._Magorium's_Wonder_Emporium. [[takaisin](#)]
12. Ks. tarkemmin *Uglydoll Gets Pretty Deals*, www.licensing.com June 13, 2012, 22. [[takaisin](#)]
13. *Uglydoll*-hakusanalla videoita 7520 kpl 28.11.2012. *Uglydolls*-hakusanalla videoita 5750 kpl 28.11.2012. *Pretty Ugly*-hakusanalla videoita 93 600 kpl 28.11.2012 mutta nämä käsittelevät muita aiheita kuin artikkelissani viittaamia leluhahmoja. [[takaisin](#)]

14. Ladattu elokuussa 2011, katsottu 50 764 kertaa marraskuussa 2012, ks tarkemmin <http://www.youtube.com/watch?v=7c4ALqMhPyk>. [[takaisin](#)]
15. *Uglydolls 5: star wars 3: Revenge of the ugly sith*, <http://www.youtube.com/watch?v=m0dP1VxDgho>. [[takaisin](#)]
16. *Uglydolls 68: Babo Warfare*, jossa Babo-hahmo pelaa hurmioituneena Xboxia. mm. <http://www.youtube.com/watch?v=rl6SKUiBCGw>. [[takaisin](#)]
17. *Uglydolls 54: THE 4TH OF JULY!!!*, <http://www.youtube.com/watch?v=mq3irkxGgiQ>. [[takaisin](#)]
18. Vaikka monien Komedia-luokan Uglydoll-videoiden kohdalla leluhahmojen käsittely voi vaikuttaa rajultakin, muistutetaan ainakin yhdessä aineistoni videoista, ettei 'yhtään Uglydollia vahingoitettu kuvausten aikana' ks. *uglydolls 23:deer ugly hunting with jeero*, http://www.youtube.com/watch?v=dXER2S3_3IA. [[takaisin](#)]
19. Ks. esim. *Uglydolls 66: Mr. Kasoogi and Toodee's BIG adventure!*, <http://www.youtube.com/watch?v=edITyirFOtw>, joka sisältää esimerkkejä humoristisista piirroksista ja muusta liikkuvan kuvan lomaan asetetusta kuvamateriaalista. [[takaisin](#)]
20. Asusteita on *Friday the 13th* -videota lukuun ottamatta käytetty niukalti. Siinä Uglydoll-hahmolle on puettu silmälasit. Hahmojen asustamisen vähäisyys erottaa näin ollen YouTube -videot esimerkiksi Flickr-kuvista, joissa leluhahmojen pukeminen on yleisempää. Toisaalta analysoimissani videoissa yleisesti leikityksi tulleet hahmot edustavat pehmohahmojen -kategoriaa. Tämän tyyppiset lelut saattavat olla hankalammin puettavissa kuin esimerkiksi muovista valmistetut ja niveliltään liikkuvat toimintahahmot. [[takaisin](#)]
21. Ladattu YouTubeen 13.09.2007 ja katsottu 29 052 kertaa 12.12.2012 mennessä. Tekijä kommentoi videotaan seuraavasti: "A Wedgehead Production. If Ugly Dolls could try out for American Idol, you'd be watching American I-Doll!". [[takaisin](#)]
22. Ks. esim. *TP RagelsBad V02 LQ*, <http://www.youtube.com/watch?v=B9qBpceBZIA>. [[takaisin](#)]
23. Metaleikki ilmenee myös esim. *uglydolls 6: Discovering Youtube* -nimisellä videolla <http://www.youtube.com/watch?v=GD-DFx22JR4>, jossa leluhahmot tutustuvat mediaan, johon tulevat itse videon myötä päätymään ("peeve and plunko go on the computer and find YouTube on the computer"). [[takaisin](#)]
24. Kirjoitushetkellä hakusana "lego" antoi YouTubeessa suorittamassani haussa noin 1 070 000 tulosta ja "lego star wars" vastaavasti noin 323 000 tulosta. Vertailun vuoksi tein samassa palvelussa vielä haun käyttäen hakusanaa "barbie", joka antoi vuorostaan noin 516 000 tulosta. [[takaisin](#)]
25. Kidrobot talks to David Horvath at Singapore Toy and Comic Convention, http://www.youtube.com/watch?NR=1&v=5t_6ZDDAPco&feature=endscreen, viitattu 27.11.2012. [[takaisin](#)]

”