JYX JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ

This is a self-archived version of an original article. This version may differ from the original in pagination and typographic details.

Author(s): Kosonen, Heidi; Ylönen, Susanne

Title: Saako limasta otetta?

Year: 2020

Version: Published version

Copyright: © Kirjoittajat & Westermarck-seura, 2019.

Rights: In Copyright

Rights url: http://rightsstatements.org/page/InC/1.0/?language=en

Please cite the original version:

Kosonen, H., & Ylönen, S. (2020, 12.3.2020). Saako limasta otetta?. Ilmiö. https://ilmiomedia.fi/artikkelit/saako-limasta-otetta/

Saako limasta otetta?

Heidi Kosonen ja Susanne Ylönen – 12.3.2020

Lima nousi 2010-luvun lopussa jälleen lastenkulttuuriseksi hitiksi, tällä kertaa kotona itse tehtävässä muodossa. Oppia liman valmistamiseen ja käyttöön voi hakea esimerkiksi miljoonista YouTube-videoista. Limavideoita on pidetty esimerkiksi nuorten yrittäjähenkisyyden osoituksena ja osana ASMR-buumia. Mikä limassa ihastuttaa ja ällöttää?

Tämän jutun voit myös kuunnella äänikirjana, kesto 14:16.

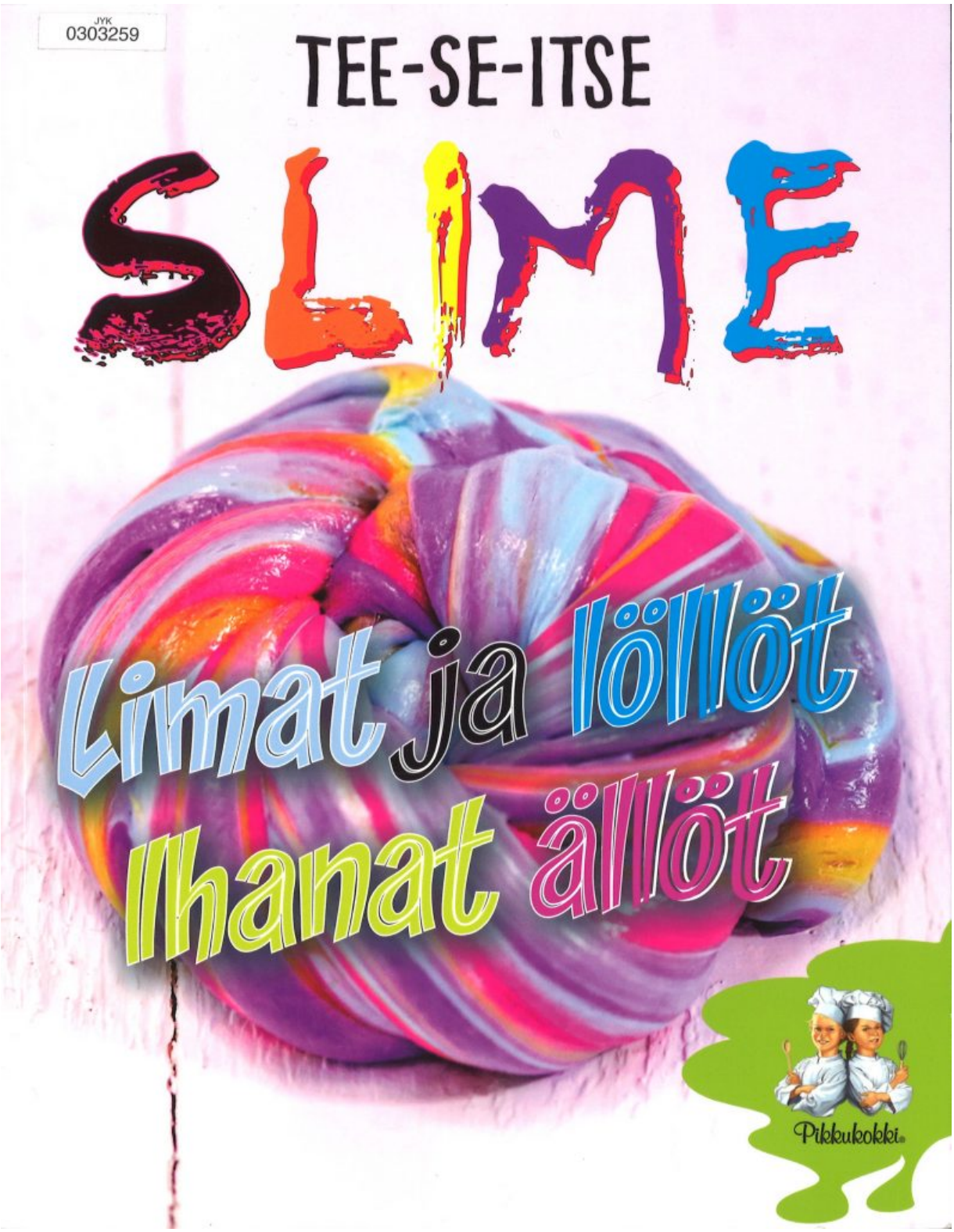
Kotitekoinen ”tee-se-itse-lima" nousi globaaliksi lastenkulttuuriseksi trendiksi keväällä 2016. Limaa askarrellaan kotosalta löytyvistä aineksista, kuten liimasta, erilaisista pesuaineista, piilolinssinesteestä ja partavaahdosta. Vuonna 2017 ”kuinka tehdä limaa” olikin **The Telegraphin mukaan** yksi vuoden googlatuimmista hakusanoista.

Ilmiötä on markkinoitu muun muassa lapsia kehittävänä, monia eri hyötyvaikutuksia sisältävänä puuhasteluna. Toisaalta limaharrastuksen yleistymistä on samalla värittänyt huoli monissa alkuperäisissä ohjeissa esiintyvän valkaisuaineen haitoista ympäristölle ja lasten terveydelle.

Tällaisena puuhasteluna lima rantautui myös Suomeen kansainvälisten YouTube- ja Instagram-videoiden ja tee-se-itse-kirjojen myötä. Sekä videoista että kirjoista löytyy reseptejä sekä erinäisiä elintarvikkeita imitoivien että erilaisia taktiilisia eli kosketusaistiin liittyviä, ominaisuuksia omaavien limojen valmistamiseen. Esimerkiksi Pikkukokin julkaisema *Limat ja löllöt, ihanat ällöt* (ks. kuvituskuva) sisältää ohjeet donitsi-, jäynäkakka-, aivo- ja sateenkaari-limojen valmistamiseen.

Sittemmin tee-se-itse-liman suosio on laskenut —muun muassa **tutkijoiden kytkettyä** limavillityksen lisääntyneisiin käsi-ihotulehduksiin. Trendin hiljentymisestä huolimatta limaan liittyviä sisältöjä on YouTubessa ja Instagramissa yhä runsaasti. YouTubesta löytyy yli 20 miljoonaa videota, joissa ohjeistetaan liman luomisessa ja käytössä.

Limailmiön vastaanottoa värittävät erilaiset pyrkimykset ymmärtää ja kesyttää sitä. Tässä kirjoituksessa tarkastelemme erityisesti tee-se-itse-limaa ”kotoistavia” puheentapoja ja YouTuben limavideoiden estetiikkoja, joita olemme lähestyneet diskurssianalyysin ja visuaalisen analyysin välityksellä. Kotoistamisella tarkoitamme jonkin pelottavan tai inhottavan tekemistä turvalliseksi, kesyksi.



Mikä limassa kiehtoo?

Kiinteän ja nestemäisen välimaastoon paikoittuva lima on ”viskoosia” materiaalia, eli sitkoisaa, venyvää ja tahmeaa materiaa. Kulttuurissamme lima liitetään erityisesti ruumiin eritteisiin ja niihin liittyviin tabuihin, ja niinpä lima nähdään usein inhottavana.

Antropologi **Mary Douglasia** mukaillen lima määrittyy inhottavaksi paitsi assosiaatioissa myös kahden materian väliin asettuvan koostumuksensa tähden.

Lastenkulttuurin tutkimuksessa liman kaltaiset, aikuiskulttuurin piirissä inhottavaksi leimatut asiat on tulkittu muun muassa lasten hyödyntämiksi rajanvedon välineiksi. Sosiologi **Allison James** on kirjoittanut niin sanotusta ket-estetiikasta, jolla hän kuvaa lasten tapaa nauttia karkeista, joiden muoto ja syömistavat uhmaavat aikuismaailman ruokailukäytänteitä. Hyvän esimerkin tällaisista tarjoavat esimerkiksi irtokarkkeina myytävät nuolupallot. Tällaisilla “mässyillä” voidaan luoda paitsi yhteenkuuluvuutta asiaan vihkiytyneiden kesken, myös erontekoa niihin, jotka eivät asian nautinnollisuutta ymmärrä.

> *Kulttuurissamme lima liitetään erityisesti ruumiin eritteisiin ja niihin liittyviin tabuihin.*

Viime vuosien limabuumi ei ole lastenkulttuurisena villityksenä poikkeuksellinen. Ennen vuosituhannen vaihdetta samankaltaista limavillitystä ovat edustaneet esimerkiksi Mattelin valmistamat ja roskakoreja imitoivissa purkeissa myymät valmislimat sekä huoltoasemien purkka-automaattien limalelut, kuten jojojen lailla toimineet tahmeat limakädet. Lisäksi limavillityksestä todistavat viihdeohjelmat ja -elokuvat, esimerkiksi ektoplasmallaan naurattanut Ghostbusters-elokuva (1984), vihreällä mutageenillään hirvittänyt Teenage Mutant Ninja Turtles -animaatio (1987-1996) tai Nickelodeonin visailuohjelma ”Slime Time Live” (2000-2003).

Kaikissa näissä aikaisemman lima-aallon tapauksissa lima on ollut useimmiten tahmeaa, valuvaa ja myrkyllisen vihreää. Sen tarkoituksena on ollut herättää ällötystä. Nykyisessä limabuumissa merkillepantavaa onkin liman myyminen pastellinvärisenä harrastuksena, joka ”**ei sotke eikä tartu**”.

Vallitsevaa limavillitystä määrittelee sen söpöys, kuten YouTuben suosituimpien limojen nimittäminen ”yksisarvislimoiksi”, ”sateenkaarilimoiksi” ja ”glitterlimoiksi” ja niiden vastaavat estetiikat osoittavat (ks. alla olevan kuvituskuvan YouTubessa suosittu ”fluffy slime”). Viime vuosina lima onkin etenkin Suomessa sukupuolittunut pääasiassa tyttöjen harrastukseksi. Vallitsevaa limabuumia erottaa edellisistä myös sen tee-se-itse-ulottuvuus.

Videoissa tehdään ja testataan limoja

YouTuben limavideoita tarkastelemalla ja eri hakusanoilla niitä hakemalla olemme pystyneet jaottelemaan videoita sekä limojen estetiikkojen että videoiden toiminnallisten ominaisuuksien mukaan. Jaottelimme limoja esteettisten ominaisuuksien perusteella aikaisempia limatrendejä mukaileviin inhokeskeisiin ”kauhulimoihin” ja vallitsevien otsikoiden ”glitterlimoihin”. Jälkimmäiseen kategoriaan kuuluvia yksisarvis-, sateenkaari- ja glitterlimoihin keskittyviä videoita löytyy YouTubesta noin kaksi kertaa edellisiä enemmän: 7,2 miljoonaa 3,6 miljoonaa videota vasten. Tämän lisäksi YouTuben limavideoita on mahdollista jaotella limojen valmistusvideoihin sekä niiden käyttömahdollisuuksia havainnollistaviin testivideoihin.

Tavanomaisimmissa valmistusvideoissa testataan erilaisia limareseptejä tai ohjeistetaan katsojia liman valmistuksessa kokkiohjelmien konventioita mukaillen. Kamera on videoissa fokusoitu useimmiten valmistusastiaan, jonne lisätään yksi kerrallaan reseptissä esiintyviä kotoisia ainesosia.

Kädet ovat valmistusvideoissa usein näkyvässä asemassa. Alkuvaiheessa ainesosat sekoitetaan yhteen keittiövälineellä, kunnes liman muotoutumista kiihdyttävä aktivaattori on lisätty nestemäiseen seokseen. Kun lima alkaa kiinteytyä, se otetaan astiasta ja sitä vaivataan ja venytellään käsin. Usein lima laitetaan tämän jälkeen säilytysrasiaan odottamaan kehkeytymistään jääkaapissa, jossa se kuin taikaiskusta saa lopullisen muotonsa. Valmistusvideot päättyvät osioon, jossa liman ominaisuuksia esitellään kameralle esimerkiksi tökkimällä siihen sormilla reikiä ja muovaamalla sitä käsissä.

Limojen testausvideot keskittyvät yksinomaan limojen ominaisuuksien esittelyyn. Myös nämä videot keskittyvät käsiin, joita kuvataan tökkimässä, puristelemassa, venyttämässä ja nipistelemässä limoja. Tämän lisäksi testivideoille keskeisiä ovat niiden auditiiviset ominaisuudet, jotka pyrkivät korostamaan limojen tökkimisestä ja puristelusta aiheutuvia ääniä. Näillä videoilla ei useinkaan ole erillistä taustanauhaa. Sekä käsiin keskittyminen että liman koskettamisesta aiheutuvat äänet korostavat limasta saatavia aistinautintoja.

Tee-se-itse -limabuumi hyvinvoinnin ja talouden kehyksissä

On selvää, että tee-se-itse-limatrendi on ihmetyttänyt aikuisia, jotka ovat eri tavoin pyrkineet ymmärtämään ja selittämään sen suosiota. Ilmiötä on kuvattu erityisesti ilmiön taloudellisiin, opettavaisiin ja hyvinvointia edistäviin puoliin keskittyvien puhetapojen kautta.

Limabuumia perustelevat otsikoissa usein sen taloudelliset hyötyvaikutukset. Monissa yhteyksissä limaa on juhlittu nimenomaan trendinä, joka tuottaa taloudellisia mahdollisuuksia sosiaalisen median **nuorille limaosaajille**, joille heidän näkyvyytensä on tuonut sponsorisopimuksia ja mahdollisuuksia yritystoiminnan pyörittämiselle kotoa käsin. Toiseksi on keskitytty kemiallisen reaktion myötävaikutuksesta kehkeytyvien limojen oppimista kehittäviin mahdollisuuksiin.

Tämän lisäksi lima on kytketty hyvinvointiin osana laajempaa **ASMR-buumia**. Limavideoiden on nähty lievittävän ahdistusta kuulo- ja näköaistiin kytkettyjen rauhoittavien aistielämystensä välityksellä, joita esimerkiksi sormien työntäminen poksuvaan, lätisevään, kuohkeaan ja venyvään limaan saa aikaan.

> *Limaa on juhlittu trendinä, joka tuottaa taloudellisia mahdollisuuksia sosiaalisen median nuorille limaosaajille.*

Kaikki selitysmallit esiintyvät myös YouTuben limavideoissa, joissa nuoret limaosaajat osoittavat omaksuneensa limaa kehystävissä otsikoissa ja uusliberaalissa kulttuurissa tuottuvan yrittäjähenkisyyden ja somevaikuttajan roolin. Valmistusvideoissa itse asiaan edetään usein alkuselostuksen kautta, ja valmistusta ohjaavassa ääniraidassa korostuu nuorten limayrittäjien keksijyys ja osaaminen kaikista toimivimpien reseptien kehittämisessä. He myös osaavasti käyttävät videoita markkinoidakseen valmistamiaan limoja ja muita videoitaan katsojille.

Valmistusvideoiden testiosuuksissa ASMR-käsitettä viljellään tietoisena sen myyvyydestä. Nuoret limaosaajat saattavat esimerkiksi kertoa videoilla ennen liman testaamista vaientavansa taustanauhan selostuksen ja musiikin "ASMR:n mahdollistamiseksi", vaikka saattaisivat itse käyttää toisenlaista terminologiaa. Tässä mielessä lasten voi limabuumissa nähdä ”leikkivän aikuisuutta".

Limojen testivideot ovat tarkastelukohteina vielä edellisiä kiinnostavampia, sillä ne hämärtävät tee-se-itse-liman itsestäänselvänä esitettyä roolia lastenkulttuurisena ilmiönä. Valtaosassa ASMR-videoita esiintyvät kädet eivät niin ilmiselvästi ole lasten käsiä, vaan joko nuorten tai varttuneempien, keskiluokkaisiksi määriteltävien naisten huollettuja käsiä: käsissä on usein geelikynnet ja koruja.

Limaa kesyttämässä?

Olemme lähestyneet limaa ja sen vastaanottoa erityisesti visuaalisen kulttuurin ja estetiikan tieteenaloista käsin ja omista inhon, kulttuuristen tabujen ja lastenkulttuuristen kauhujen tutkimusta sisältävistä tulokulmistamme. Näistä lähtökohdista tee-se-itse-limabuumi on kiinnostanut meitä etenkin kolmesta näkökulmasta.

Ensimmäisenä meitä on pohdituttanut vallitsevan limabuumin sukupuolittuminen erityisesti tyttöihin vetoavaksi ilmiöksi. Aikaisemman aallon vihreät ja yksiselitteisen ällöttävät limat on saatettu kokea poikamaiseksi kiinnostuksenkohteeksi, mutta glitter-, sateenkaari- ja yksisarvislimat tunnustavat liman tenhoavan lapsia sukupuolirajojen yli. Toisaalta ne myös ylläpitävät sukupuolten välisiä rajoja erotellessaan YouTuben

tyttömäisiä limoja poikamaisemmista ”hirviölimoista”. Tämä saattaa toistua muun muassa YouTuben limakilpailuissa. (Ks. ylempänä oleva kuvituskuva: tyttöjen yksisarvislima vastaan poikien hirviölima)

Ilmiön sukupuolittumisessa erityisen kiinnostavaa on myös sen kierrättäminen uutisjutuissa nimenomaan pastellisena ilmiönä inhottavampiin hirviölimoihin tai ”jäynäkakkoihin” keskittymisen sijaan. Tämä käsittelytapa paitsi määrittää liman tyttömäiseksi puuhasteluksi, myös puhuu halusta kesyttää ruumiineritteisiin ja inhoon assosioituvaa limaa nimenomaan söpönä materiaalina. Sen lisäksi, että erilaisia hyötyvaikutuksia löytävät otsikot pyrkivät ymmärtämään lasten kiinnostusta inhottavaksi ja alhaiseksi miellettyä limaa kohtaan aikuisten kulttuurista käsin, ilmiön voisi videoissa nähdä tulevan ”kesytetyksi” näissä tyttömäisissä estetiikoissa.

> *Monet kosketukseen, makuun ja hajuun kytkeytyvät nautinnolliset ilmiöt on sysätty valtavirtaisesta aikuisten kulttuurista syrjään ”inhottavina”.*

Lopulta meitä on kiinnostanut liman materiaalisuus. Kuten sekä liman aistielementtejä korostavat ASMR-kehykset että limavideoiden nautinnolliset testiosuudet vihjaavat, liman vetovoimaa voi selittää sen aistiperäisten ja materiaalisten ominaisuuksien välityksellä. Testivideoiden hankalasti ikään paikannettavista käsistä päätellen halu uppoutua liman materiaalisuuteen ja sen aistivaikutuksiin ei välttämättä rajoitu lastenkulttuuriin, vaan on universaalimpaa. Tällöin juuri söpönä ja sateenkaarenvärisenä kotoistettu lima voi tarjota matalan kynnyksen mahdollisuuden materiaalisen maailman kohtaamiseen.

Toisaalta taas limavillityksen lastenkulttuuristen kehysten voi nähdä osallistuvan niihin prosesseihin, joissa materiaalisen maailman nautintoihin osallistumista kesytetään liittämällä se lapsuuteen. Valtavirtaisesta aikuisten kulttuurista monet niin kutsuttuihin ”alempiin aisteihin”, kuten kosketukseen, makuun ja hajuun, kytkeytyvät nautinnolliset ilmiöt on sysätty syrjään ”inhottavina”.

Limatutkimuksessamme on vielä syvennettävää. Analyysimme pyrkiikin toimimaan lähinnä uutena avauksena kentällä, jolla limavideoiden ja sitä tarkastelevien tekstien tarjoamista materiaaleista on runsaudenpulaa mutta syvempää pohdintaa ilmiön syistä ja muodoista vähemmän. Akateeminen kiinnostus limoihin on vielä melko olematonta, ja työnsarkaa olisi monelle kirjoitustaitoiselle lima-intoilijalle. Seuraavaa lima-aaltoa odotellessa voimmekin ehkä miettiä, saako tästä ilmiöstä otetta muillakin kuin tässä esiin nostetuilla selitysmalleilla.

***

Pääkuva: Canva, 1. kuva Tee-se-itse-slime -kirjan kansikuva, muut kuvat ja upotetut videot: YouTube

Share

Kirjoittajat

SUSANNE YLÖNEN & HEIDI KOSONEN

FM Heidi S. Kosonen (kuvassa oikealla) ja FT Susanne Ylönen ovat **kansainvälisen inhoverkoston** perustajajäsenet.

Kosonen viimeistelee tabua ja biovaltaa käsittelevää väitöskirjaansa Jyväskylän yliopiston musiikin, taiteen ja kulttuurin tutkimuksen laitokselle. Tabun lisäksi Kosonen on perehtynyt seksuaalisuuden ja kuoleman esityksiin sekä tunnetalouteen liittyviin kysymyksiin. Hän ylläpitää **tutkimusblogia**.

Ylönen työskentelee taidekasvatuksen tutkijatohtorina Jyväskylän yliopistolla. Hänen tutkimuksensa tarkastelee kauhua, inhoa ja lapsuutta sekä näiden risteyskohtia. Keskeisessä asemassa on Ylösen lanseeraama esteettisen härmistämisen käsite, joka kuvaa naurettavaksi tekevää rumentamista ja toimii

tapana hallita kauhistuttavia asioita konkretisoinnin kautta. Tutkimusta rahoittaa Suomen Kulttuurirahasto.