

Świat Barbie jako utopia ciała idealnego

Abstrakt: W niniejszym tekście, na przykładzie świata lalek Barbie, pokazuję, w jaki sposób kategoria cielesności staje się przestrzenią-kluczem do opisywanej w tekstach kultury utopii świata perfekcyjnych ludzi. Dziewczynki, bawiąc się lalkami, oglądając o nich filmy, są socjalizowane do płci kulturowej. Dla pedagoga interesujące jest to, w jaki sposób kultura popularna kreuje utopię – miejsce życia idealnego człowieka XXI wieku – jak zachęca dzieci do spoglądania na cielesność jako tę niedoskonałą, wymagającą wdrożenia wielu reżimów, praktyk, które będą miały na celu dążenie do perfekcyjnego wyglądu, będącego kluczem do krainy szczęścia, sukcesu, samorealizacji, wszystkiego tego, czego pożądamy współcześni mieszkańcy Europy czy Ameryki Północnej.

Słowa kluczowe: Barbie, socjalizacja, utopia, płć kulturowa, ciało

Ponowne odkrycie ciała pod znakiem fizycznego i seksualnego wyzwolenia, jakie dokonało się po tysiącletniej epoce purytanizmu, jego wszechobecność [...] w kulturze masowej – otaczający nas zewsząd kult higieny, dietetyki i terapii, obsesja na punkcie młodości, elegancji, męskości i kobiecości, zabiegi kosmetyczne, diety, towarzyszące im praktyki samopoświęcenia i ascezy – sprawiający je Mit przyjemności – wszystko to świadczy o tym, że ciało stało się dziś przedmiotem zbawienia. Zajęło ono, i to dosłownie, miejsce duszy w jej roli moralnej i ideologicznej¹.

Jean Baudrillard

Wstęp

Wielu rodziców przed narodzinami swojego dziecka wyrusza do sklepów, by zaopatrzyć się w rzeczy niezbędne do pielęgnacji i opieki nad niemowlęciem. Dla dziewczynek przeznaczone są przedmioty w kolorze różowym: sukieneczki, majteczki z koronkami, czapeczki z falbankami – ubranka ozdobione lalkami, motylkami, kwiatkami. Chłopcom można kupić stroje w odcieniach błękitu, szarości, zieleni, z motywami marynistycznymi, zwierzątkami, środkami transportu –

¹ J. Baudrillard, *Spółczesność konsumpcyjna. Jego mity i struktury*, przekł. S. Królak, Wydaw. Sic!, Warszawa 2006, s. 169.

malutkie koszule z krawatami, muchami itp. Już na tym etapie można dopatrywać się początków drogi człowieka, która ma prowadzić go do krainy szczęścia: bycia w idealnie opakowanym, doskonałym ciele.

Choć stajemy się coraz bardziej świadomi tego, że to kultura kieruje naszymi zapatrywaniami dotyczącymi różnych obszarów życia, w tym postrzegania własnej i cudzej cielesności, koncentrujemy swoje wysiłki na ciele, upiększamy je, dbamy, by miało odpowiedni kształt, wygląd, rozmiar. Traktujemy to jednak nie jako przejaw dostosowywania się do wymogów kultury, ale jako ekspresję indywidualnej tożsamości.

Wszystko to, co może przypominać masowy pęd ku narcystycznej kultywacji ciała, jest w istocie wyrazem dużo głębszej troski o czynne «konstruowanie» i kontrolę nad ciałem. Istnieje tu integralny związek między rodzajem cielesnym a stylem życia, który przejawia się na przykład w poddawaniu ciała różnym reżimom².

Tego wszystkiego, o czym pisze Anthony Giddens, dzieci dowiadują się na drodze socjalizacji oraz wychowania, tak w szkole, jak i w rodzinie. Konstruowanie własnej cielesności trwa nieprzerwanie do śmierci.

W niniejszym tekście chciałabym pokazać, w jaki sposób kategoria cielesności staje się przestrzenią-kluczem do opisywanej w tekstach kultury utopii świata perfekcyjnych ludzi (pod względem urody, wyglądu, sukcesu, cieszących się bogactwem, powodzeniem) – utopijnej wizji życia klasy średniej. Skupię się na świecie lalki Barbie. Zabawa i zabawki są ważnymi elementami socjalizacji dziecka. Dziewczynki, bawiąc się lalkami, oglądając o nich filmy, uczą się (poprzez zabawę) wielu prawd dotyczących kanonu piękna, urody. Świat lalek Barbie to jedna z bardziej wyrazistych odsłon utopijnego świata idealnych ludzi. Prostota i przerysowanie są w nim obecne na każdym kroku, bo komunikat kierowany do dzieci musi być atrakcyjny i zrozumiały. Dla pedagoga interesujące jest to, w jaki sposób kultura popularna przedstawia utopię – miejsce życia idealnego człowieka XXI wieku, jak zachęca dzieci do spojrzenia na swoją cielesność jako tę niedoskonałą, wymagającą wdrożenia wielu reżimów, praktyk, które będą miały na celu dążenie do perfekcyjnego wyglądu, będącego kluczem do krainy szczęścia, sukcesu, samorealizacji, wszystkiego tego, czego pożądamy współcześni mieszkańcy Europy czy Ameryki Północnej.

Koncentrując się wokół teorii krytycznej, należy przywołać Pierre'a Bourdieu, który opisuje trzy dyskursy eksperckie³, używane przez Sylwię Breczko, by ukazać indywidualizujący ciało paradygmat tożsamościowy. Każdy z nich jest już obecnie realizowany przez społeczeństwa i jednostki, ale może też przybrać utopijny charakter. Autorka mówi o racjonalizacji, moralizacji i psychologizacji ciała⁴. Paradygmat tożsamościowy może również być przydatny do krótkiego nakreślenia ram utopii świata perfekcyjnych ludzi.

² A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, przekł. A. Szulżycka, PWN, Warszawa 2010, s. 20.

³ Zob. P. Bourdieu, *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzienia*, przekł. P. Biłos, Scholar, Warszawa 2005.

⁴ Zob. S. Breczko, *Polityzacja ciała. Między dyskursem publicznym a teorią socjologiczną*, Nomos, Kraków 2013, s. 19–37.



Utopia ludzi o perfekcyjnych ciałach

1. Racjonalizacja ciała

W prezentowanej utopii doskonałość ciała jest kluczem do powodzenia i szczęścia. Jednak perfekcyjna sylwetka, waga, kolor skóry, oczu, odpowiednie rysy twarzy są tak idealne (i co ważniejsze – niezmiennie, niepoddające się upływowi czasu), że w rzeczywistości skierowanej na realizację utopii wymaga się wielu zabiegów, które ludzie muszą wdrażać wobec swoich ciał (traktując ciało jako coś zewnętrznego względem siebie). By zrealizować potrzebę bycia-w-idealnym-ciele, ludzie często uciekają się do pomocy medycyny. Medykalizacja ciała i dążenie do utrzymania go w zdrowiu, młodości i urodzie zajmuje różnych badaczy.

Lucien Sfez w artykule *Utopia ciała doskonałego* pisze o medykalizacji ciała: problemy społeczne stają się problemami medycyny. Zatem nowa wizja zdrowia to pewien projekt polityczny. W dużej mierze polityka zdrowotna i socjalna decydują, do jakiej opieki medycznej społeczeństwo może mieć bezpłatny dostęp, jakie zabiegi mogą być wykonywane przez lekarzy, a których prawo zabrania, która grupa wiekowa społeczeństwa otoczona jest większą troską (dzieci czy seniorzy) itp. Wizja Sfeza to obraz higienicznej utopii – ciała poddanego dyscyplinie i kontroli⁵.

W nieco podobnym duchu pisze Jarosław Barański, dążenie do idealnego ciała pokazując w perspektywie jego plastyczności, możliwości jego przebudowy. Według badacza „biotechnologiczna utopia ciała rozumiana [jest] jako projekt ciała doskonałego, ciała niezniszczalnego, ciała zdolnego do regeneracji i samoregeneracji. Stawia ona fundamentalne pytania o tożsamość osobniczą człowieka i jego tożsamość gatunkową”⁶.

Wrogiem jest to, co w nas niedoskonałe, co nas niszczy. Taka utopia biowładzy ukazuje dążność do samooczyszczenia, stania się tak zdrowym, że aż nadnaturalnym, ciało więc funkcjonuje jako coś wydrążonego, pustego, bez wnętrza – maszyna higieniczna; utopia wymaga, by człowiek kontrolował ciało, które jednocześnie go kontroluje. O tego typu wizji społeczeństwa wspomina również Nikolas Rose, pisząc o nowych rodzajach eugeniki, która obecna jest w wielu krajach Europy⁷.

Należy pamiętać, że dążąc do idealnego ciała, napotykamy w końcu granicę, za którą rozpoczyna się już utopia: ciała idealnego, pożądanego, artefaktu tak perfekcyjnego, że – paradoksalnie – bezcielesnego. Wyzbywając się wszelkich niedoskonałości, racjonalizując wiele bolesnych, przykrych praktyk, urzeczywistniamy utopię, stajemy się higienicznymi, medycznie, genetycznie idealnymi ludźmi. W tym kontekście należy również zauważyć, że ciało nie tylko jawi się jako rozkosz, ale też jest przedmiotem nieustannej troski, konieczności ochrony przed zniszczeniem i śmiercią.

⁵ Zob. L. Sfez, *Utopia ciała doskonałego*, przekł. P. Gruszczyński, „Res Publica Nova” 1997, nr 6, s. 25–30.

⁶ J. Barański, *Ciało plastyczne jako epistemologiczna figura biotechnologicznej utopii*, „Studia Philosophiae Christianae” 2011, 47(3), s. 17.

⁷ Zob. N. Rose, *Polityka samego życia*, „Praktyka Teoretyczna” 2011, nr 2–3, s. 187–209.



2. Moralizacja ciała

Utopia, jak wskazuje na to definicja tego pojęcia⁸, zamieszkiwana jest przez idealną społeczność czy wspólnotę. Ta utopijna społeczność, o której piszę, to grupa budująca swoją tożsamość w oparciu o wartości postmaterialne⁹: samorealizację, estetyzację ciała, autokreację itp. Szczupła, foremna, wysportowana sylwetka młodego dorosłego stają się współcześnie wartościami nadrzędnymi, są podstawą dla kreowania wzoru sprawnego konsumenta. Gdy pojawiają się: deformacja, niepełnosprawność, otyłość, stają się one (szczególnie w klasie średniej) przedmiotem publicznego wyśmiewania i osobistego wstydu.

Edukacja prozdrowotna stała się ważną dziedziną pedagogiki, do szkół wdrażane są programy zdrowego odżywiania, wychowanie fizyczne zajmuje dużo więcej czasu w siatce godzin lekcyjnych niż wiedza o społeczeństwie czy historia. Przykładowo: po II wojnie światowej w czasopiśmie „Wychowanie w Przedszkolu” pojawiają się artykuły o tematyce prozdrowotnej, dotyczące głównie tego, by nauczycielki uczyły dzieci myć ręce przed posiłkami, radzenia sobie z pasożytami itp. Dziś powstają teksty o zbilansowanej diecie, walce z otyłością, zdrowych przekąskach. Zmienia się treść wartości, jaką jest zdrowie.

Edukacja prozdrowotna jest konieczna, należy jednak prowadzić ją z troską o to, aby nie stała się legitymizacją ideologii i społecznego narcyzmu, by nie dążono wyłącznie ku skierowaniu uwagi dzieci na siebie, jako jednostek dążących do realizacji ciała idealnego. Wydaje się, że konieczność oceniania swojego ciała, chęci oglądania go (niczym w Baśni o Królowie Śnieżce, gdzie macocha przeglądała się w zwierciadle, upewniając się, czy jest najpiękniejszą kobietą) potęguje się dzięki fotografii. Zamieszczanie zdjęć oraz komentowanie ich na portalach społecznościach stało się nagminne wśród dzieci i młodzieży – autokreacja staje się bardzo wysoko cenioną wartością.

Niebezpieczeństwem podążania ku utopii ciała idealnego wydaje się to, że oddawanie ciała we władanie różnych reżimów o charakterze „prozdrowotnym” i medycznym powoduje, że obszary te przejmują pewne przestrzenie życia moralnego, religijnego; celem, do którego dąży człowiek, jest wieczne życie w idealnym ciele.

⁸ Zob. *Utopia, utopizm*, [w:] *Słownik socjologii i nauk społecznych*, red. G. Marshall, przekł. A. Kopciak [i in.], PWN, Warszawa 2006, s. 412.

⁹ Określenie wprowadzone przez Ronalda Ingleharta, który w społeczeństwach wysokorozwiniętych dostrzega zwrot postmaterialistyczny, tzn. (w opozycji do materializmu) ludzie nie muszą już zaspokajać wyłącznie podstawowych potrzeb, z którymi wiązali najważniejsze wartości, np. bezpieczeństwo (ekonomiczne, społeczne). Są one zwykle zapewnione ludziom z krajów rozwiniętych, ważniejsze staje się więc dla nich poczucie przynależności, autoekspozycja w grupie. Podobnie istotne stają się: ochrona środowiska, kreatywność estetyczna, samorealizacja itp. Zob. R. Inglehart, *Pojawienie się wartości postmaterialistycznych*, przekł. S. Czarnik, [w:] *Socjologia. Lektury*, red. P. Sztompka, M. Kucia, Znak, Kraków 2006.



3. Psychologizacja ciała

Zdrowe, młode, szczupłe ciało jest kluczem do opisywanej utopii zamieszkaanej przez perfekcyjnych ludzi, którzy realizują ideologię sukcesu. Droga do uzyskania perfekcyjnego ciała to również trening psychologiczny: wzmacnianie wiary we własne możliwości, dążenie do celu, pokonywanie trudności, ograniczeń, realizacja postawionych zadań, samoświadomość itp. Powodzenie w życiu, szczęście, miłość idealnego partnera – wszystko to staje się niemożliwe, gdy ciało nie jest piękne. Dążność do uzyskania ideału staje się często powodem wielu chorób z zakresu zaburzeń odżywiania, które, jak w przypadku anoreksji, mogą skończyć się śmiercią.

Współcześnie w ciało się inwestuje: tak kobiety, jak i mężczyźni wierzą, że ich ciała mogą być kapitałem na przyszłość. Naukę tego, co powinno je przyciągać, dziewczynki rozpoczynają wcześnie. Lalka Barbie jest tego doskonałym przykładem. Ma urodę, więc: jest sławna, wszystko jej się udaje. Zabawka ta ucieleśnia ideał spełnionej kobiety z klasy średniej, co przedstawię poniżej.

Barbie - szczególna zabawka

*Prostuj plecy! Wstrzymaj oddech!
Palec w górę! Patrz łagodnie!
Nie rozglądaj się, poważna bądź.
Stąpaj lekko, mów wyraźnie.
Nie mruż oczu! Stój przyjaźnie.
I lekcje tańca warto wziąć! (rządź!)*¹⁰

Aby opisać świat Barbie, należy zacząć od zarysowania historii tej szczególnej zabawki. Lalka Barbie pojawiła się na rynku niemal siedem dekad temu. Od tego czasu stała się jedną z najbardziej rozpoznawalnych zabawek na świecie. Niezbyt duża figurka (około 30 cm) młodej, dorosłej kobiety uznana została ikoną popkultury (w świecie dzieci i dorosłych). Jak zauważa Mary F. Rogers – badaczka tego fenomenu kulturowego – Barbie to symbol uniwersalny, który „oferuje wspólny punkt odniesienia tego samego społeczeństwa, dostosowując się zarazem do różnic kulturowych między nimi”¹¹.

Sylwetka lalki rozpoznawana jest i identyfikowana z produktem firmy Mattel, choć jej poszczególne egzemplarze znacznie się od siebie różnią. Szacuje się, że na świecie sprzedano ponad bilion egzemplarzy Barbie, której wizerunek ewoluował wraz ze zmieniającymi się modą, obyczajowością, możliwościami technologicznymi¹². Choć istnieją Barbie o różnych przynależnościach etnicznych, za najbardziej popularną można uznać jasnoskórą, szczupłą blondynkę o błękitnych oczach, ubraną w sukienkę

¹⁰ Fragment piosenki z filmu *Barbie w Świecie Mody*, reż. W. Lau, USA 2010.

¹¹ M. F. Rogers, *Barbie jako ikona kultury*, przekł. E. Klekot, Muza, Warszawa 2003, s. 19.

¹² Zob. S. Verbeten, *Warman's Barbie Doll Field Guide: Values and Identification*, red. P. Kennedy, Krause Publications, UK, 2009, s. 10.



różowego koloru oraz wysokie szpilki (stopy lalki są wyprofilowane do tego typu obuwia). Lalka Barbie to jednak nie tylko zabawka, wraz z nią sprzedawany jest cały styl życia: ma ona zatem domek, samochód, konia, mnóstwo ubrań, dodatków, przyjaciół (chłopaka, przyjaciółki oraz młodsze siostry).

Filmy o Barbie, swego rodzaju pełnometrażowe reklamy, opowiadają jej historię na dwa sposoby:

1. Opowieści o życiu Barbie (np. *Barbie i magiczne święta*; *Barbie w Świecie Mody*; *Barbie i jej siostry w krainie kucyków*).
2. Opowieści, w których Barbie jest aktorką, odgrywa role bohaterki różnych opowieści osnutych na fabułach baśni (np. *Barbie jako Roszpunka*; *Barbie i tajemnicze drzwi*; *Barbie w Dziadku do Orzechów*; *Barbie i magia pegaza*).

Firmy kierowane są do dziewczynek, które mogą zarówno podglądać życie Barbie, ale również poznają ją w różnych historiach. Wszystkie animacje utrzymane są w żywej kolorystyce, gdzie przeważają róże, błękity, fioleto. Jak przystało na film pełnometrażową reklamę, prócz prezentacji produktu: lalki, opowiedzenia jej historii, pojawiają się również piosenki. Należy tu jednoznacznie stwierdzić, że animacje o Barbie to dosyć rzewne, melodramatyczne historie z nieudolnie skonstruowaną fabułą. Inspirowane baśniami nie są ich adaptacjami, bazują wyłącznie na elementach ich świata, następnie opierają się na identycznym schemacie: bohaterka ma problem, za pomocą czarów trafia do innego świata, ratuje swoje królestwo lub przyjaciół, zakochuje się, zostaje niemal pokonana przez czarny charakter, udaje jej się w ostatniej chwili pokonać przeciwności, bierze ślub.

Utopia świata Barbie – próba opisu

Świat Barbie to świat nieistniejący, przypominający Amerykę, miejsce, gdzie jest ciepło, panuje ład, porządek. Miasteczka z nowoczesną zabudową jednorodzinna są sielskie i spokojne. Dom Barbie (w zależności od projektu) jest różowy lub biały, ale zawsze czysty, kolorowy z przestronnymi pokojami, kuchnią, łazienką. Krainę tę zamieszkują urocze zwierzaki, przyjazne i wzbudzające „macierzyńskie instynkty”.

Najbardziej wpływową warstwą społeczną są tu młode kobiety o idealnym ciele, perfekcyjnie utrzymane, zadbane, o konsumpcjonistycznym nastawieniu (do siebie i świata), przedstawiające obraz osób osiągających sukces, gwiazd socjometrycznych, żyjących w myśl założeń indywidualizmu. Pomocnikami, osobami, dzięki którym Barbie może wykazać się opiekuńczością, troską, miłością, są młodzi mężczyźni oraz dzieci (np. rodzeństwo).

Świat Barbie jest adresowany do dziewczynek, a jedną z naczelnych, lansowanych tu wartości (prócz piękna) jest przyjaźń. Relacja ta jest możliwa wyłącznie w obrębie jednej płci. Barbie potrafi poświęcić wiele dla przyjaciółki. Tego typu relacje cechuje równość, partnerskie układy. Kobiety są dla siebie wsparciem, doradzają sobie w sprawach strojów, ale również zwierzają się z największych trosk i opowiadają sobie o marzeniach (np. filmy: *Barbie jako Księżniczka i Żebraczka*; *Barbie i Diamentowy*



Pałac; Barbie i Super Księżniczki; Barbie i Akademia Księżniczek; Barbie Mariposa). Barbie również łączy dobre relacje z siostrami, wobec których jest opiekuńcza, troskliwa i lojalna (np. filmy: *Barbie i 12 Tańczących Księżniczek; Barbie i Magia Pegaza; Barbie i Magiczne święta*). Z narzeczoną Barbie łączy uczucie, jednak jest ono przedstawione w sposób powierzchowny. Chłopak Barbie to jedynie dodatek konieczny, by mogła utrzymać pożądany, wysoki status społeczny. Paradoksalnie: świat, w którym dominują kobiety (aspekt feminizujący), opiera się i tak o stereotypy związane z płcią. Mary F. Rogers stwierdza:

Ogólnie rzecz biorąc, wspaniała Barbie oraz jej bezpieczny, wygodny świat, widziany od podszewki, wydają się dość ponure. Nieożywiona ikona sprawia, że trudno sobie wyobrazić życie robotników, którzy montują ją z części, ubierają i pakują w jaskrawe, mocne pudełka¹³.

Utopia świata Barbie jest łatwa do zobrazowania dzięki przemysłowi kreującemu niezbędne jej stroje, przedmioty, domy, dzięki reklamom opisującym i przedstawiającym życie lalki. Z uwagi na charakter zabawki, jaką jest Barbie, należy zwrócić szczególną uwagę na jej wygląd, jak również cielesność zabawek w ogóle.

Cielesność zabawek

Nie ulega wątpliwości, że cielesność zabawek to temat, który oscyluje wokół lalek – przedmiotów kierowanych do dziewcząt, które zmuszane są do internalizacji wielu norm dotyczących cielesności własnej płci. Chłopcy bawią się misami, pajacykami, robotami, czyli humanoidalnymi postaciami, które niewiele mają wspólnego z ludzką cielesnością, a wręcz są jej wyparciem, zaprzeczaniem. Zdarza się, że do chłopięcych rąk trafiają figurki Spider-mana czy Batmana – herosów, mężczyzn o atletycznych sylwetkach, jednak nawet w tym przypadku kwestie anatomii są zdecydowanie odsunięte na dalszy plan ze względu na większe znacznie super-mocy, niezwykłej siły czy nadludzkiej zręczności.

Lalki to najczęściej wzory idealnych dziewczynek, ślicznie ubranych, z zadbanymi włosami, o urzekających, nieskazitelnych rysach twarzy. Bywają też lalki-niemowlaki oraz lalki-dorośle-kobiety (Barbie). Wszystkie łączy nieskazitelna uroda. Jasne jest, że jedną z ulubionych czynności dziewczynek jest przebieranie swoich niby-córeczek, łączące się z rozbieraniem lalki i oglądaniem jej całego ciała, które (poza twarzą, rękami, nogami) jest schematyczne i pozbawione szczegółów anatomicznych (bywają lalki naturalne: noworodki, których anatomia, łącznie z genitaliami, jest odwzorowana w najdrobniejszych szczegółach).

Należy w tym miejscu zaznaczyć, że dziecko jest istotą seksualną, jego rozwój seksualny przebiega od najmłodszych lat, przez co ma ono świadomość swojej cielesności. Jest ciekawe i pyta, bada świat, nie omijając „wstydlivych” (dla rodziców) tematów, jest otwarte i chętnie poznaje swoje ciało. Dziewczynki zatem wiedzą, że Barbie i Ken to swego rodzaju reprezentacje dorosłych ciał kobiety i mężczyzny.

¹³ M. F. Rogers, *Barbie jako ikona kultury*, dz. cyt., s. 159.



Innym przykładem są lalki Monster High: nastolatki-zombie, o długich, szczupłych nogach, wąskich taliach z niewielkimi piersiami, twarzami o ogromnych, mocno umalowanych oczach i dużych, grubych wargach. Lalki te ubrane są w bardzo krótkie spódniczki i bluzki odsłaniające brzuch. Z wyglądu przypominają lolitki, dziewczęta świadome swojej seksualności. Tego typu lalki najmodniejsze są wśród dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym. Nie można mieć przy tym złudzeń, że cielesność takich lalek nie wpływa na percepcję kobiecego ciała przez dzieci.

Dziewczynki bawią się lalkami-dziećmi, odwzorowując zachowania swoich rodziców, wykonują wokół tych niby-córek czynności pielęgnacyjne, wychowujące, karzą – słowem: odtwarzają stosunki i relacje panujące w rodzinie między dorosłymi (autorytetami) i dziećmi (podległymi). Czy sytuacja zmienia się, gdy do rąk dziewczynki (rzadziej chłopca) trafia figurka dorosłego? Jak bawić się takim „dorosłym ciałem”?

Cielesność Barbie

Barbie nie jest niby-córką. Bawiące się nią dziecko raczej wciela się w postać kobiety, staje się Barbie. Za jej pośrednictwem odgrywa role dorosłej damy. W takiej zabawie (choć nie jedynej możliwej, bo przecież wyobraźnia dziecięca jest bardzo elastyczna i pełna kreatywnych pomysłów) dziecko silnie identyfikuje się z lalką.

Dla pełni obrazu należy dodać, że chłopak Barbie to Ken, zabawka-dorosły mężczyzna: przystojny, w standardowej wersji posiadający jedynie zaznaczone, namalowane włosy na gumowej głowie. Ma umięśnioną sylwetkę, odznaczające się mięśnie klatki piersiowej, płaski brzuch, słabo zaznaczone genitalia, pośladki. To ideał męskiej urody widzianej przez pryzmat świata Barbie. Idealnie łączy się z nieskazitelną urodą opisywanych w baśniach książąt. Z pewnością taki wizerunek mężczyzny ma również znacznie dla dziewczynek i ich wyobrażeń o męskości.

Barbie jest tak kobieca, że niemal staje się karykaturą płci pięknej. Jest, jak twierdzi Rogers, „kobieca do przesady”¹⁴. Lalka ta ma kształtną głowę, pokrytą długimi, jasnymi, lśniącymi włosami. Fabrycznie zapakowane lalki mają ułożone fryzury. Dziewczynki lubią czesać lalki, dlatego dość szybko od momentu zakupu, włosy Barbie tracą jedwabistość i blask, stają się bardziej matowe i skołtunione (lalka jest perfekcyjna i wszelkie próby jej „upiększania” nie są brane pod uwagę przez producentów). Istnieje wiele Barbi zaprojektowanych tak, by można im było zmienić kolor włosów, upinać dodatkowe pasemka, kokardy itp. Głowa lalki zdobiona jest z gumy, jej cera jest nieskazitelna, oczy i usta są duże, podkreślone makijażem. Uśmiech lalki jest szeroki, czasem ukazujący rząd białych zębów. Uszy ściśle przylegają do czaski.

Jednym z najbardziej rozpoznawalnych elementów budowy lalki jest jej figura; wyraźne przeważenie w talii oraz duże, sztucznie uniesione piersi. Nogi i ręce Barbie są bardzo szczupłe i sprawiają wrażenie zbyt długich w stosunku do ogólnych

¹⁴ Tamże, s. 145.



proporcji ciała. Barbie może kręcić głową, ruszać rękami w stawach barkowym (zakres ruchu to 360 stopni) i łokciowym oraz nogami (w stawie biodrowym zakres ruchu wynosi 180 stopni) i kolanowym. Dłonie lalki zakończone są smukłymi palcami, od których nieznacznie odgięty jest kciuk (dzięki temu palce do ręki można włożyć filizankę, smycz pupila, szczotkę lub inny drobny przedmiot). Część lalek jest ruchoma w pasie, dzięki czemu lalka może przyjmować różne pozycje. Do jej możliwości motorycznych dostosowane są mebelki, samochody i domki. Kim Toffoletti, opisując formę Barbie, zwraca uwagę na to, że od lalki bije syntetyczny blask, jej sylwetka wydaje się opływowa, ale jednocześnie w jej ciele widoczne jest napięcie¹⁵.

Włóż jaskrawe szpilki i rządź, / Dziś odważna bądź! / Zmieniaj kolor, zmieniają styl, / Warto żyć dla takich chwil. / Nowy wizerunek stwórz: / Dzika czerwień, słodki róż. / Przygoda twa, przygoda twa / Z modą trwa! [...] / Sukienkę włoż, / Uśmiechnij się. / Przejrzyj się w lustrze, / Patrz, jak zmieniłaś się. / Cekinów blask / I złota nić. / Na pokaz czas – / Maluj się i idź! / Rozpuść długie włosy, no i rządź. / Dziś odważna bądź!¹⁶

Przytoczony powyżej tekst piosenki niesie interesujące przesłanie: ciało jest konstruktem społecznym, można je zmieniać, ulepszać swój wizerunek (tożsamość?). Kobieta tak zarządza swoim ciałem, by spełnić oczekiwania społeczne, zmienia swój wygląd, za co zostaje nagrodzona. Barbie jest nośnikiem znaczeń, jakie społeczeństwo nadaje ciału idealnej kobiety. Wygląd lalki przekazuje informacje: jakie ma ona pochodzenie społeczne. Przekaz płynący zatem do dzieci obfituje nie tylko w informacje o tym, jak powinna wyglądać perfekcyjna kobieta (jak bardzo musi poddać swoje ciało dyscyplinie), ale również, która klasa społeczna jest tą najważniejszą, niosącą najwięcej korzyści społecznych i przywilejów. Stroje Barbie – wymyślne, dobrze skrojone, nienagannie dobrane, utrzymane w jaskrawych, zdecydowanych barwach, dostosowane do różnych okazji (stój sportowy, na spacer, do pracy, na bal, na romantyczną kolację, domowy) – wskazują na wysoką pozycję społeczną i ekonomiczną Barbie, jak również na fakt, jak chętnie (wszystko jest przecież zabawą) i sumiennie jej ciało dostosowuje się do wszelkich dyskursów, nakładających na nią ograniczenia.

Tożsamość Barbie jest nie do końca określona (lalka musi podobać się jak największej liczbie odbiorców). Dla Sharon Verbeten Barbie jest

prekursorką posthumanizmu; typem plastikowego transformatora, który ucieleśnia potencjał tożsamości bycia zmienną, labilną, bez korzeni. Najbardziej widoczną i oczywistą myślą, jaką kieruje się firma Mattel, jest przedstawianie zmiany wizerunku lalki jako rodzaju zabawy – Barbie jest jedna, ale przybiera ona przeróżne tożsamości: może być superbohaterką, królową, policjantką, piosenkarką, lekarką, wróżką, syreną. Może się zmieniać, grać różne role, z zachowaniem tej jednej jedynej: bycia dążącą do przyjemności właścicielką perfekcyjnego ciała¹⁷.

¹⁵ Zob. K. Toffoletti, *Cyborgs and Barbie Dolls. Feminism, Political Culture and the Posthuman Body*, I. B. Tauris & Co Ltd., London-New York 2007, s. 34.

¹⁶ Tekst z filmu: *Barbie w Świecie Mody*, reż. W. Lau, USA 2010.

¹⁷ S. Verbeten, *Warman's Barbie Doll Field Guide*, dz. cyt., s. 67.



*Lekka jak puch
Oszczędny każdy ruch
I nawet w chwili złej
Jaśniej ją oczy jej*¹⁸.

Niepokojące jest to, że Barbie jest kwintesencją tych cech, które Naomi Wolf nazywa „mitem urody”¹⁹ – Barbie ofiarowuje kobiecość jako rzeczywistość wytworzoną, atrakcyjną i modelową. Dziewczynki chcą być takie, jak ich bohaterka, starsza, śliczna. To jednak nie wszystko: dużą rolę odgrywa tu też historia lalki, lansowany styl życia (a zatem sposób zarządzania kobiecością oraz rzeczywistość konsumowaną tak, by zabawa cielesnością znalazła w niej centralne miejsce).

Należy tu wspomnieć o ciekawszych wątkach feministycznych interpretacji fenomenu lalki Barbie: stała się ona szczególnie interesującym obiektem dla feministek drugiej fali, które mówiły o niej, jako o ikonie późnokapitalistycznego ideału kontraktu kobiecości²⁰. Barbie jako ikona późnokapitalistyczna: kobieta heteroseksualna, konsumpcyjna, przedstawia zbiór norm i wartości, do których kobiety muszą dążyć. Dzięki grom, w których bohaterką jest Barbie, dzieci uczą się, że aby odnieść sukces i być popularną kobietą, muszą dobrze wyglądać (kupić eleganckie ubrania, zrobić makijaż i otaczać się luksusowymi towarami). Postać Barbie zachęca zatem do tego, by bycie kobietą było równoznaczne z byciem konsumentką. Mówi się też o tym, że Barbie to ucieleśnienie idei kobiety-towaru, która w kulturze kapitalistycznej może być kupiona, zmanipulowana i w końcu zużyta. Wizerunek Barbie niepokoi, bo jej reklama opiera się też na negacji różnic kulturowych²¹. Więcej niż szkodliwy wizerunek wyzysku kobiecości, jaki oferuje marketing firmy Mattel, można opisać, analizując lalkę jako ikonę kultury plastikowego ciała, które da się przerabiać, kontrolować za pomocą technologii, manipulując nim tak, by dostarczyć przyjemności widzom²². Barbie jest wskaźnikiem niekończących się przemian i wiecznej młodości, które są możliwe dzięki zdobyczom chirurgii plastycznej i kosmetycznej. Warto dodać, że dyscyplina ciała Barbie narzucana jest w klubach fitness, siłowniach, a podsycona przez modę na zdrowy styl życia.

Dla feministki Ericsi Rand interpretacja fenomenu Barbie nie ogranicza się tylko do postrzegania tej niezwykle popularnej lalki jako „narzędzia białego patriarchy”²³. Badaczka zauważa, że gry o Barbie (w narracjach badanych przez nią osób) pokazywały złożoność i sprzeczności w obszarze tworzenia tożsamości seksualnej. Dla Rand Barbie oferuje miejsce dla tożsamości queer²³.

Barbie zamieszkuje wiele ciał: lalek, animacji, bohaterek filmów, ale również tych rzeczywistych kobiet np. Cindy Jackson. Atrakcyjność Barbie leży w jej plastyczności: lalka zrobiona jest z plastiku, przez co jest lekka, połyskliwa, gładka, wywołuje poczucie zmienności, jest wiecznie gotowa do metamorfozy²⁴.

¹⁸ Fragment z filmu *Barbie jako Księżniczka i Żebraczka* reż. W. Lau, USA 2004.

¹⁹ Zob. N. Wolf, *Mit urody*, Czarna Owca, Warszawa 2014.

²⁰ Zob. K. Toffoletti, *Cyborgs and Barbie Dolls*, dz. cyt., s. 64–65.

²¹ Zob. tamże; M. F. Rogers, *Barbie jako ikona kultury*, dz. cyt.

²² Zob. K. Toffoletti, *Cyborgs and Barbie Dolls*, dz. cyt., s. 77–79.

²³ Zob. E. Rand, *Barbie's Queen Accesories*, Duke University Press, Durham 1995, s. 7–19.

²⁴ Zob. K. Toffoletti, *Cyborgs and Barbie Dolls*, dz. cyt., s. 57–77.



Podsumowując dostępne informacje o lalce (pochodzące z filmów, informacji na opakowaniach, oficjalnej strony internetowej), można stwierdzić, że Barbie jest hybrydą, bo łączy w sobie trzy osoby:

1. dorosłą kobietę – jak wskazuje na to ciało lalki;
2. nastolatki – taki styl życia wybiera Barbie: ma chłopka, przeżywa pierwsze zakochanie, ma problemy z ułożeniem sobie poprawnych stosunków z dorosłymi;
3. dziewczynki – jej osobowość, rozwój moralny nie są charakterystyczne dla osoby dojrzałej. Barbie słucha się rodziców, jej świat dobra i zła jest czarno-biały, nie dotyczą jej dylematy moralne.

Barbie jako tekst kultury stanowi nośnik znaczeń, przekazywanych dziecku odnośnie obowiązujących, kanonów piękna, stylu życia. Można przyjąć, że utopia Barbie, koncentrująca się wokół jej idealnej sylwetki, to mówienie o cielesności w następujących aspektach:

1. ciało sterylne, plastikowe, pozbawione doznań sensualnych (innych niż wzrokowe);
2. ciało poddawane różnym reżimom, takim jak: aerobik, jogging, sporty wodne, dyscyplina dworska;
3. ciało możliwości – uwalnianie się od ograniczeń własnej cielesności (metamorfozy w syrenę, motyla, łabędzia, księżniczkę, modelkę, gwiazdę);
4. ciało ograniczeń – tak perfekcyjne, że przy próbach jego użytkowania (zabawy lalką) niszczy się;
5. ciało wizualne – konsumpcyjne;
6. ciało zdyscyplinowane przez praktyki, które pozornie mają charakter zabawy.

Lalka Barbie nie jest niewinną zabawką, to figurka dorosłej idealnej kobiety, plastikowy odlew jej chudego, atrakcyjnego, zdrowego ciała. Dzieci lubią obserwować świat dorosłych, dla nich sam okres pełnoletniości jest niemal utopijną krainą wolności. Zatem zabawa Barbie to zabawa w świat dorosłych, to poddawanie się urokowi wizji idealnego, utopijnego, świata pięknych, doskonałych fizycznie, nieśmiertelnych dorosłych.

Idealna Barbie jako ikona popkultury może powodować, że zaczniemy stawiać pod znakiem zapytania rozumienie realnego, nie-idealnego ciała. Barbie nie jest zabawką niebezpieczną samą w sobie – stanowi potencjał, który dzieci mogą wykorzystać zgodnie z własną wyobraźnią, w oparciu o socjalizację i edukację, jakiej doświadczają.

Bibliografia:

- Barański J., *Ciało plastyczne jako epistemologiczna figura biotechnologicznej utopii*, „Studia Philosophiae Christianae” 2011, 47(3).
- Baudrillard J., *Spółczesność konsumpcyjna. Jego mity i struktury*, przekł. S. Królak, Wydaw. Sic!, Warszawa 2006.



- Bourdieu P., *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzenia*, przekł. P. Biłos, Scholar, Warszawa 2005.
- Breczko S., *Polityzacja ciała. Między dyskursem publicznym a teorią socjologiczną*, Nomos, Kraków 2013.
- Giddens A., *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, przekł. A. Szulżycka, PWN, Warszawa 2010.
- Inglehart R., *Pojawienie się wartości postmaterialistycznych*, przekł. S. Czarnik, [w:] *Socjologia. Lekturey*, red. P. Sztompka, M. Kucia, Znak, Kraków 2006.
- Rand E., *Barbie's Queen Accesories*, Duke University Press, Durham 1995.
- Rogers M. F., *Barbie jako ikona kultury*, przekł. E. Klekot, Muza, Warszawa 2003.
- Rose N., *Polityka samego życia*, „Praktyka Teoretyczna” 2011, nr 2–3.
- Sfez L., *Utopia ciała doskonałego*, przekł. P. Gruszczyński, „Res Publica Nova” 1997, nr 6.
- Toffoletti K., *Cyborgs and Barbie Dolls. Feminism, Political Culture and the Posthuman Body*, I. B. Tauris & Co Ltd., London-New York 2007.
- Utopia, utopizm*, [w:] *Słownik socjologii i nauk społecznych*, red. G. Marshall, przekł. A. Kopciak [i in.], PWN, Warszawa 2006.
- Verbeten S., *Warman's Barbie Doll Field Guide: Values and Identification*, red. P. Kennedy, Krause Publications, UK, 2009.

Barbie's World as a Utopia of Ideal Body

Abstract: This text presents the Barbie's world, where the most important category is corporeality. When we talk about Barbie, we talk about her perfect body and the utopia of perfect middle-class people. Girls play dolls, watch films of Barbie and in this way young women are socialized to their gender. For me interesting question is: how does popular culture describe utopia of people from twenty-first century. Mass culture tells children that the human body is imperfect and must be subjected to different regimes. Even little girls want to be perfect princesses - children dressed in ideal body of adult woman.

Keywords: Barbie, socialization, utopia, gender, body

