

Η Barbie στις διάφορες μορφές της στο Μουσείο Παιχνιδιών και Σιδηροδρόμων Leuralla NSW του Σίδνεϊ το 2007, λίγο πριν από τα 50ά γενέθλιά της.

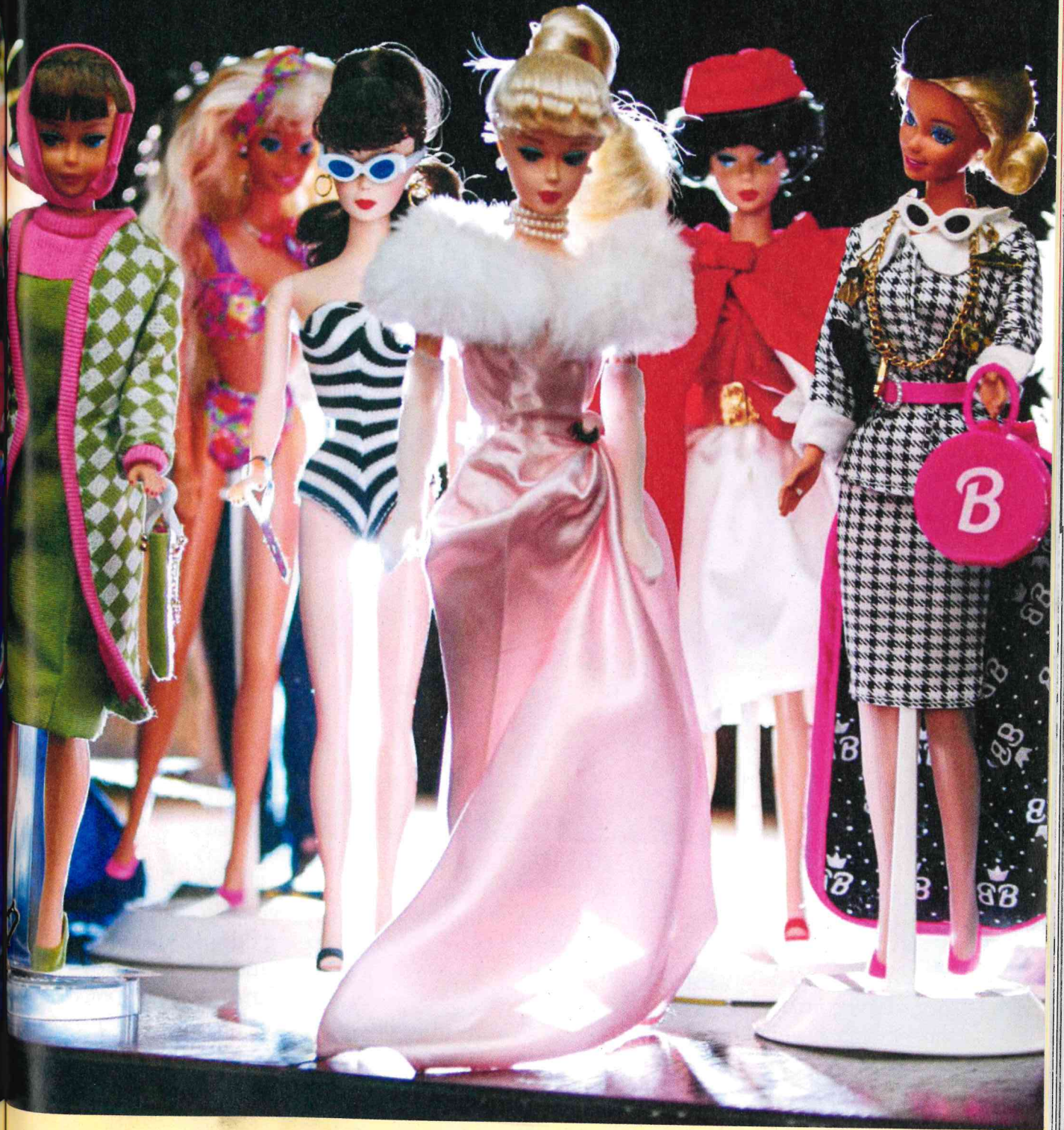
κείμενο: Μαριάνθη Καπλάνογλου*

Αρκεί μια περιδιάβαση στους διαδρόμους ενός πολυκαταστήματος παιχνιδιών για να διαπιστώσουμε την ηγεμονική θέση που κατέχει σήμερα η Barbie, ως σύμβολο μιας ιδεατής και ομοιόμορφης θηλυκότητας, ομορφιάς και κατανάλωσης στον δυτικό κόσμο. Ως ένα τέτοιο σύμβολο, η Barbie δεν είναι απλώς μια κούκλα που δημιούργησε το 1959, στην καρδιά του Ψυχρού Πολέμου, στη Νέα Υόρκη η εταιρεία Mattel, αλλά ένα πολιτισμικό φαινόμενο, που απορροφά προϋπάρχοντα σύμβολα και εικόνες και ταυτόχρονα εκφράζει και διαμορφώνει μια σειρά από πρότυπα και ιδέες που χαρακτηρίζουν τη σύγχρονη πραγματικότητα.

ΤΑ ΠΟΛΛΑ ΠΡΟΣΩΠΑ ΤΗΣ BARBIE



© IAN WALDIE/GETTY IMAGES/IDEAL IMAGE



© BETTMANN/GETTY IMAGES/IDEAL IMAGE

Η Ruth και ο Elliott Handler, το ζευγάρι που παρουσίασε την κούκλα Barbie το 1959, κρατώντας κούκλες Barbie και Ken.



Όπως ακριβώς μπορούμε να πούμε ότι η δυτική κουλτούρα έχει «ντισνεοποιηθεί», υπό την έννοια ότι κατακλύζεται από τις μορφές της πολιτισμικής βιομηχανίας του αμερικανικού animation Ντίσνεϊ, όπως αυτές παγιοποιήθηκαν ήδη από τη δεκαετία του 1930, έτσι μπορούμε να εντάξουμε και την ίδια την Barbie σε αυτή τη σειρά των

ηρωίδων: έχουν όλες τις αναλογίες ενός μοντέλου, είναι όλες όμορφες, έχουν μια υπέροχη γκαρνταρόμπα και μπορούν να ανέλθουν κοινωνικά (στα κινηματογραφικά παραμύθια μέσω ενός βασιλικού γάμου)-αποτελούν δηλαδή ιδιαίτερα επικίνδυνα στερεότυπα, ακριβώς επειδή διοχετεύονται μέσω καλοφτιαγμένων κινηματογραφικών



εικόνων, παιχνιδιών και άλλων καταναλωτικών προϊόντων, και βέβαια ενός επιθετικού μάρκετινγκ που υποστηρίζει ότι το να γίνεις μια τύπου Barbie ηρωίδα στη ζωή σου είναι ένας επιθυμητός και εφικτός στόχος για τα μικρά κορίτσια και τις έφηβες. Όπως αναφέρει ο σημαντικός μελετητής της αμερικανικής κουλτούρας Jack Zipes, οι περιγίλισσες υπό μορφή Barbie προέρχονται από πατριαρχικές κοινωνίες που προωθούν το κυρίαρχο συντηρητικό μήνυμα για τις σχέσεις μεταξύ των δύο φύλων και τις σχέσεις εξουσίας, σύμφωνα με το οποίο οι λευκοί άνδρες εμφανίζονται ως σωτήρες, και πουλούν αυτό το μήνυμα διατηρώντας μια μαζική πολιτισμική τάση.

Παραμένοντας η ίδια, η Barbie διαθέτει πάντως την ικανότητα, όπως και οι αντίστοιχες ηρωίδες του Ντίσνεϊ, να μεταμορφώνεται, παρακολουθώντας τις ιστορικές και κοινωνικές εξελίξεις. Στο διάστημα των εξήντα και πλέον χρόνων της ιστορικής της διαδρομής, η Barbie ήταν αρχικά, στη δεκαετία του 1950, μια Αμερικανίδα μητέρα και νοικοκυρά. Στις αρχές της δεκαετίας του 1960 είχε αποκτήσει ορισμένες τυπικά γυναικείες επιλογές καριέρας: νοσοκόμα, αεροσυνοδός, γραμματέας. Προς τα μέσα αυτής της δεκαετίας καταλαμβάνεται, όπως και η Αμερική, από τη φρενίτιδα του διαστήματος (το 1965 γίνεται αστροναύτης, τέσσερα χρόνια δηλαδή πριν ο Neil Armstrong πατήσει στο φεγγάρι). Η Mattel έχει δημιουργήσει νέες σειρές Barbie, που περιλαμβάνουν πλέον διάφορους σωματότυπους, εθνοτικές ομάδες και πολυπολιτισμικά πρότυπα, αλλά και Barbie με αναπηρίες, συμπεριλαμβανομένων Barbie σε αναπηρικό καροτσάκι και Barbie με προσθετικό μέλος. Η Barbie έχει γίνει κινηματογραφική και τηλεοπτική ηρωίδα, αντικείμενο εκθέσεων σε μουσεία (όπως το 2016 στο Musée des Arts Décoratifs του Παρισιού) και έχει εμπνεύσει από σχεδιαστές υψηλής

ραπτικής έως καλλιτέχνες του χιπ χοπ.

Οι νέες Barbie απευθύνουν μηνύματα όχι μόνο στα παιδιά, αλλά κυρίως στις μαμάδες τους, ενώ υπάρχουν μηνύματα για τα παιδιά, με βάση όμως τις επιθυμίες των γονιών τους: όπως καμία μαμά δεν θέλει να μεγαλώσει σήμερα ένα κορίτσι σαν τη Χιονάτη της ταινίας του Walt Disney του 1937 που προορίζεται μόνο για το νοικοκυριό, αλλά σίγουρα προτιμά την αποφασιστική Χιονάτη του Σρεκ III που ακούει έως Led Zeppelin, αντίστοιχα η Barbie έχει αποκτήσει περισσότερα από 250 επαγγέλματα, από κτηνίατρος και παλαιοντολόγος έως δασκάλα, μπαλαρίνα, αστυνομικός και υποψήφια για πρόεδρος. Το Τμήμα Παραστατικών Τεχνών ενός αμερικανικού πανεπιστημίου ανέβασε το 2017 το θεατρικό έργο *Trojan Barbie* της Christine Evans, εμπνευσμένο από τις *Τρωάδες* του Ευριπίδη.

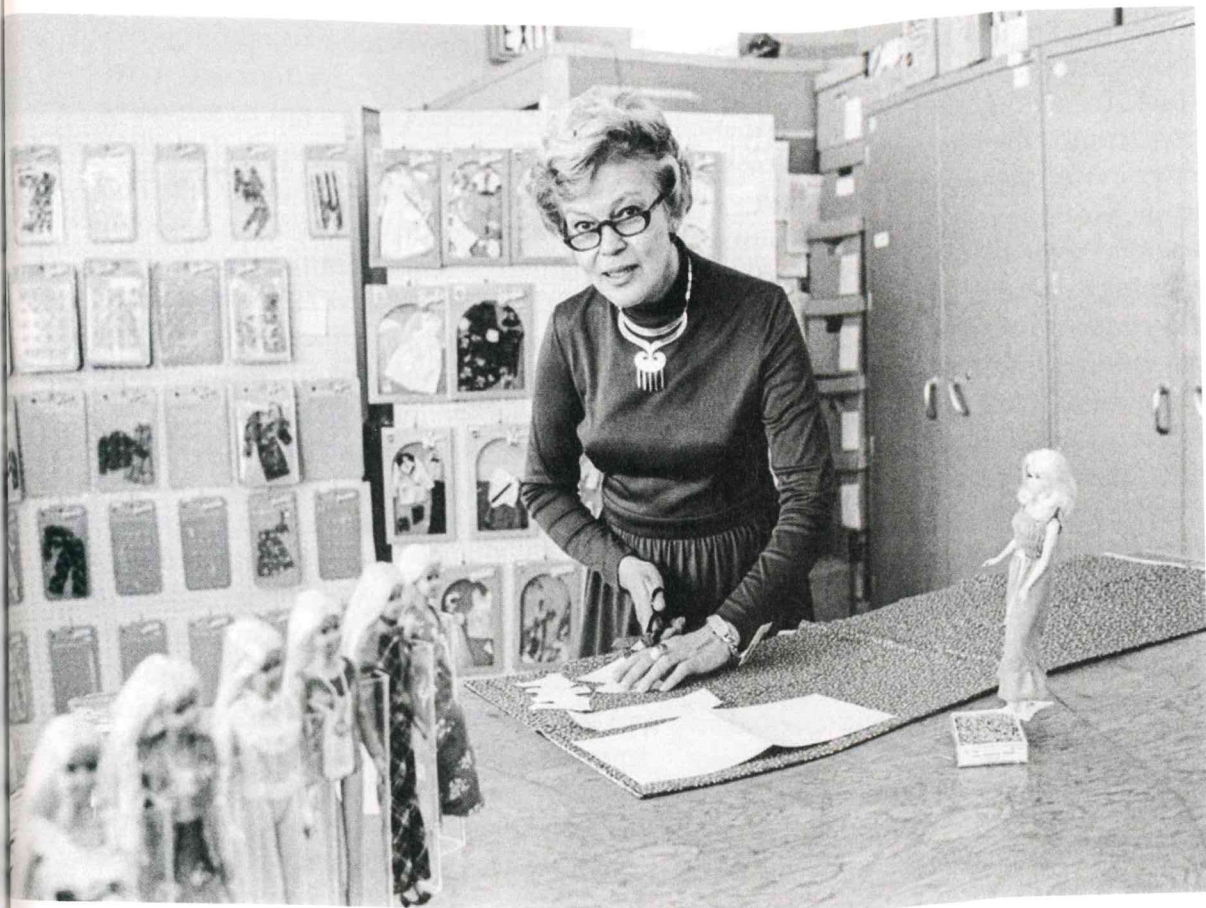
Η προσέγγιση της Barbie ως πολιτισμικού φαινομένου προϋποθέτει, επομένως, τη μελέτη των πολύμορφων και αντιπαρατιθέμενων συμβολικών κωδίκων και των αντίστοιχων κόσμων στους οποίους κάθε φορά εντάσσεται· ιδιαίτερη προσοχή θα δώσουμε εδώ σε δύο βασικά δίπολα: παιδιά-ενήλικες και λαϊκή κουλτούρα-μαζική κουλτούρα, καθώς ο παιδικός πολιτισμός, ειδικότερα το παιδικό παιχνίδι, αφενός (με τα παραδοσιακά και τα σύγχρονα στοιχεία και τους κανόνες του) και οι καλλιτεχνικές μορφές του λαϊκού πολιτισμού αφετέρου αποτελούν μια σημαντική πηγή για την ποπ και μαζικά διαμεσολαβημένη κουλτούρα και ειδικότερα την Barbie.

Η Barbie και το μετέωρο βήμα της παιδικής κουλτούρας

Ας αρχίσουμε από το πρώτο δίπολο, παιδιά-ενήλικες, για να δούμε πώς η επιτυχία της Barbie στα παιδιά οφείλεται εν μέρει στην οικειοποίηση παιδικών κωδίκων και συμπεριφορών. Το παιχνίδι των παιδιών,



© TONY KORODY/GETTY IMAGES/IDEAL IMAGE



Η Charlotte Johnson, σχεδιάστρια μόδας για τις κούκλες Barbie, εν ώρα εργασίας.

οριζόμενο ως «μια αναγνώριση εκ μέρους του παιδιού ενός επίπλαστου κόσμου παράλληλου με τον κόσμο που γίνεται αντιληπτός ως πραγματικότητα», είναι ταυτόχρονα συντηρητικό (παραδοσιακό) και επινοητικό. Το παράδοξο αυτό ερμηνεύεται με βάση τη διατήρηση στο πλαίσιο της παιδικής κουλτούρας χαρακτηριστικών παγκόσμιων, σε συνδυασμό με την εισαγωγή νέων στοιχείων σχετικών με την κοινωνική και πολιτισμική πολυμορφία. Ο παραδοσιακός πολιτισμός των παιδιών χαρακτηρίζεται, γράφει ο Μιχάλης Μερακλής, από την

κλίση στη μυθική σκέψη, καθώς το παιδί παίζει μυθικά ακόμα και όταν μμείται τον πραγματικό κόσμο (για παράδειγμα ζωγραφίζοντας ευθείες γραμμές, μας λέει ότι έφτιαξε ένα δάσος).

Το παιχνίδι με την Barbie, όπως γενικά τα παιχνίδια με κούκλες, ανήκει στην παράδοση παιχνιδιών μίμησης της πραγματικότητας ή κοινωνικο-δραματικών παιχνιδιών ρόλων. Τα παιχνίδια αυτά αναπαριστούν συγκεκριμένα φαινόμενα της κοινωνικής ζωής, όπου τα παιδιά, ενώ διασκεδάζουν, δημιουργούν επίσης εικόνες του ενήλικου

κόσμου και αντανακλάσεις για τη θέση τους σε αυτόν τον κόσμο στο παρόν, καθώς και προβολές στο μέλλον τους, ως ενηλίκων. Ωστόσο, τα παιδιά δεν μιμούνται απλώς τον πολιτισμό των ενηλίκων, αλλά τον οικειοποιούνται ενεργά, με το να τον ανακαλύπτουν, να τον επεξεργάζονται δημιουργικά και να τον επανερμηνεύουν μέσα στις κοινότητες των συνομηλίκων τους.

Τα παιχνίδια μίμησης είναι δυνατόν να κρατήσουν ώρες και να ξετυλιχτούν πάνω σε μακρά σενάρια. Έχουν μεταφορές, αλλά αυτές είναι λογικές και οπωσδήποτε αναγκαίες. Οι μορφές αυτού του παιχνιδιού οριοθετούν έναν χώρο «παιγνιώδους ελευθερίας», όπου η δυνατότητα της σημασιολόγησης βρίσκεται στον ίδιο τον παίκτη: δύο ξύλινες βεργίτσες γίνονται τα χεράκια μιας κούκλας, ένα ύφασμα γεμισμένο με πίτουρα το κεφάλι της. Πράγματα γίνονται και άλλα πράγματα, όπως στην παρακάτω μαρτυρία από τη ζωή και τα παιχνίδια των παιδιών στην Αντίπαρο μετά τον πόλεμο:

Με κούκλες παίζαμε τα κορίτσια. Μας την έκανε η μαμά μας την κούκλα (από παλιά πανιά). Και ήταν η μαμά, ήταν τα παιδιά, τα κονκλάκια τα μικρά. Πηγαίναμε στα χωράφια και χτίζαμε με πετραδάκια ένα τετράγωνο, ας πούμε. Και αφήναμε ένα κενό, πως ήταν η πόρτα. Και μαζεύαμε πιασμένα γυαλιά, πως ήταν τα έπιπλα μας αυτά. Και καθίζαμε τις κούκλες εκεί. Κάναμε μια πέτρα για καναπέ. Στρώναμε πανάκι από πάνω. Και παίζαμε τις κονκλάρες. Πότε να τις βαφτίσουμε, πότε να τις παντρέψουμε! Παίρναμε διάφορα, πύκα, σταφίδες να κεράσουμε, κάναμε βαρτίσια, βαφτίσαμε της αλληνής την κούκλα την άλλη μέρα. Κάναμε τέτοιες, κοινωνικές τελετές. Κάθε παιδί είχε λίγες κούκλες (το πολύ δύο). Ήταν συνήθως χειροποίητες και σπανιότερα αγοραστές. Έδιναν στις κούκλες συνηθισμένα ονόματα (π.χ. Μαρία, Δημήτρη)...

Σταδιακά, ωστόσο, σε έναν κόσμο απομάγευσης, με την είσοδο του βιομηχανοποιημένου παιχνιδιού, το σύστημα μεταφορικότητας περιορίζεται και τα παιχνίδια γίνονται ολοένα πιο «νατουραλιστικά»: τα «παιδιά» του ζευγαριού πρέπει να είναι οπωσδήποτε «κούκλες», το όπλο οπωσδήποτε όπλο (όχι οποιοδήποτε ξύλο), το άλογο άλογο (όχι οποιοδήποτε ξύλο ή καλάμι).

Αν και η Barbie εμπίπτει σε αυτή την κατηγορία, η παιγνιώδης διάθεση των παιδιών παραμένει ακατανίκητη. Στο αγαπημένο παιχνίδι «Ψώνια στο mall» τριών κοριτσιών 11-12 ετών με τις κούκλες Barbie, τα μολύβια αποτελούσαν τα ράφια, οι κούκλες τις πωλήτριες, ενώ ο χώρος κάτω από μια καρέκλα το πάρκο με τον καταρράκτη (αναφέρεται σε εργασία της φοιτήτριάς μου Μάρθας Σταυριανοπούλου το 2018). Αλλά και το ίδιο το όνομα της κούκλας (ανεξάρτητα εάν η άμεση προέλευσή του συσχετίζεται με την κόρη της συνιδρύτριας της Mattel Ruth Handler, Barbara), όπως και αυτό της Μπι μπι μπι, επιτυχημένης ελληνικής απομίμησης της τη δεκαετία του 1980, βασίζεται στην επανάληψη και στην ομοιότητα που υπάρχουν στις παραδόσεις των παιδιών σε όλο τον κόσμο και διευκολύνουν την απομνημόνευση και επομένως τη μετάδοση: ένα τέτοιο σχήμα αποτελεί η ηχητική ενότητα, όπου αλλάζει το φωνήεν, ενώ τα σύμφωνα επαναλαμβάνονται απαράλλαχτα.

Η Barbie μεταξύ λαϊκού πολιτισμού και μαζικής κουλτούρας

Καθώς τα παιδιά γίνονται πλέον αντιληπτά από την οικονομία της αγοράς, της διαφήμισης και του μάρκετινγκ ως ένα ανεξάρτητο, διαθέσιμο καταναλωτικό κοινό, στοιχεία της καθημερινής ζωής και στοιχεία της λαϊκής κουλτούρας εκλαϊκεύονται και εμπορευματοποιούνται για να ενταχθούν σε προϊόντα που απευθύνονται στο παιδί

Το παιχνίδι με την Barbie, όπως γενικά τα παιχνίδια με κούκλες, ανήκει στην παράδοση παιχνιδιών μίμησης της πραγματικότητας ή κοινωνικο- δραματικών παιχνιδιών ρόλων.

και στην οικογένεια. Όπως οι πρωτοπόροι της αμερικανικής διαφήμισης αναζητούσαν αξιόπιστους τρόπους εξιστόρησης, στα αρχέτυπα και στα σύμβολα του λαϊκού πολιτισμού, κυρίως από την αμερικανική ιστορία, οι κατασκευαστές της Barbie συνέχισαν αυτή τη διαδικασία οικειοποίησης, επαναχρησιμοποίησης και προσαρμογής της λαϊκής κουλτούρας που άλλοι είχαν ξεκινήσει πριν από αυτούς. Παίρνοντας στοιχεία από τις γιορτές και τα έθιμα, τα παραμύθια και τους θρύλους, τις φορεσιές και την καθημερινή ζωή διαφόρων λαών, αλλά και των ιθαγενών πολιτισμών της Αμερικής, άλλαξαν τις σημασίες τους και άντλησαν έτσι επιχειρήματα περί κληρονομιάς και διακηρύξεις περί διαφορετικότητας που έχουν να κάνουν με την πολιτική της κουλτούρας και της ιστορίας. Έτσι, η Barbie εμφανίστηκε ως γοργόνα, νεράιδα των δοντιών, χριστουγεννιάτικος άγγελος, αρχαία ελληνική θεότητα, Ραπουνζέλ και Ωραία Κοιμωμένη. Η Barbie συμμετέχει σε γάμους και τελετές αποφοίτησης, γιορτάζει τα γενέθλιά της, τα Χριστούγεννα, την Ημέρα του Αγίου Βαλεντίνου και το Halloween, γίνεται κορίτσι της Άγριας Δύσης, αλλά και υιοθετεί, μέσα από την οπτική ενός τουριστικού εξωτισμού, τις παραδοσιακές φορεσιές από διάφορες χώρες και λαούς, από το Περού και την Ταϊλάνδη έως την Ελβετία και την Πολωνία.

Καθώς ερχόμαστε στο σήμερα, το πολυδιαφημισμένο blockbuster της Greta Gerwig *Barbie* προσέλκυσε, όπως και διεθνώς, στην Ελλάδα των θερινών σινεμά έναν ενθουσιασμένο νεαρόκοσμο ντυμένο

σε όλες τις αποχρώσεις του ροζ. Η ταινία αποτελεί ένα τολμηρό εγχείρημα ανανέωσης ενός προϊόντος που μοιάζει φορτωμένο στερεότυπα σε έναν κόσμο όπου τα παιδιά υφίστανται τις ολέθριες επιπτώσεις της πανδημίας και προτιμούν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, τις gothic εκδοχές και τα λογής λογής avatar. Η σκηνοθέτις του *Lady Bird* επιχειρεί και εδώ να διηγηθεί μια διαφορετική ιστορία ενηλικίωσης (της διάσημης κούκλας αυτή τη φορά), το θηριώδες όμως μάρκετινγκ που συνοδεύει την ταινία περνάει το μήνυμά της με τέτοια διάθεση επιβολής, ώστε, όπως μου είπε μια έφηβη που την παρακολούθησε, δεν αφήνει περιθώρια στον θεατή, να σκεφτεί και να κρίνει μόνος του τη διαδρομή της ηρωίδας προς την ανεξαρτησία, δίνοντας, αντίθετα, την αίσθηση ενός κόσμου από παντού ελεγχόμενου.

Οι ανεξάντλητες δυνατότητες μιας κούκλας να αναδεικνύεται σε πολύσημο σύμβολο επιβεβαιώνονται και μέσα από ένα ακόμα παράδειγμα αντλημένο αυτή τη φορά από την ελληνική πραγματικότητα και την καθημερινή επικοινωνία. Από την τρυφερή προσφώνηση «κουτσούνα μου», που ακόμη μπορεί να ακούσει κανείς σε κάποιο χωριό, έως τα «κουκλίτσα μου», «κούκλα μου» ή «κουκλάρα μου» (που λέγονται σε ποικίλα συμπραζόμενα επαινετικά, ειρωνικά ή και υποτιμητικά), η συμβολική σύνδεση των κοριτσιών και των ενήλικων γυναικών με το κατασκευασμένο είδωλό τους καλά κρατεί. •

* Καθηγήτρια Λογογραφίας, Εθνικό
και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών