

Секция «Принятие решений: коммуникационные стратегии и социальные практики»

Идеи феминизма в продвижении куклы Барби

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Ситко Полина Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: polinasitko@yandex.ru

Фильм «Барби» вышел 21 июля 2023-го года и стал причиной всплеска общественного интереса не только к куклам компании «Маттель», но и к идеям феминизма, которые отображены в комедии режиссера Г. Гервиг. Кинокартину можно рассматривать как инструмент позиционирования игрушки, который включает в себя вопросы актуальной общественной повестки. Т. Лаффли, кинокритик, в рецензии на фильм «Барби» отметил, что «привлекательная и противоречивая игрушка... теперь из-за Гервиг стала сложным феминистским символом расширения прав и возможностей» [4]. Однако стоит обратить внимание, что кукла изначально во многом соответствовала идеям феминизма. Подобное мнение высказала М.Г. Лорд, писательница и журналистка, которая занималась изучением истории данной игрушки. Согласно словам исследовательницы, кукла снова обрела популярность и заставила многих задуматься о существовании связи между этим брендом и феминизмом, так как с самого начала Барби позиционировалась как уверенная в себя и сильная девушка, которая следит за изменениями в информационной повестке [3]. Подобный образ девушки использовался на всех этапах феминизма. Стоит начать с первой волны, в период которой женщины боролись за получение политических прав в XIX–XX вв. – суфражизм. Помимо основной цели участницы движения требовали признать женщин равноправными и свободными личностями. Огромное влияние на общественное мнение о представительницах оказала газета «Суфражистка», которую создали Элис Пол и Рета Чайлд Дорр в 1913 году в США. Главная особенность газеты заключалась в обложке каждого номера, которую готовила художница Нина Аллендер [5]. Благодаря красочным иллюстрациям в «Суфражистке» удалось создать новый образ представительницы женского движения – сильной, красивой, умной и уверенной женщины. Несмотря на частое использование светлых оттенков, нежных тонов в рисунках и желание художницы не отходить от принятых в обществе стандартов красоты, создателям газеты с помощью статей удалось создать определенный ассоциативный ряд, который включал в себя образ внешне приятной и женственной героини и ее решительное стремление получить политические права. Более яркую параллель между образом Барби и участницами женских движений можно провести на основе второй волны феминизма, которая относится к периоду 1960-х – 1980-х гг. Стоит отметить, что в этот временной отрезок появилась кукла, а создательница Рут Хэндлер, согласно интервью 2023 года руководителя отдела по дизайну «Маттель» К. Калмоун, в основу бренда заложила идею, что у девочек есть равные с мальчиками возможности [1]. По словам К. Калмоун, компания до сих пор остается верна изначальной миссии, но при этом учитывает пожелания современных потребителей. Подобное происходило в 60-ые годы, когда первые куклы сменили яркий макияж на более естественный. Если рассматривать подробнее позиционирование Барби в то время, можно заметить, что кукла продвигала такие идеи, как отсутствие необходимости выходить замуж (игрушка Кена появилась позже, а свадьба кукол не состоялась), финансовая независимость (в коллекции начали появляться игрушки-представители профессий). Те же темы затрагивали феминистки 1960-х – 1980-х гг.: сексуальность, семья и вторая смена,

трудовые права женщин. Сегодня в коллекции есть куклы с несколькими типами телосложений и цветами кожи, с синдромом Дауна и разными физическими недостатками. Эти игрушки были выпущены в рамках новой серии «Модницы». Идея продвижения новых вариантов внешности и демонстрация не только привычных образов могут быть отнесены к интерсекциональному феминизму – течению, в котором акцент делают на угнетении по половому, классовому и расовому признакам. На основе всего выше написанного можно сделать вывод, что образ сильной, но женственной девушки, созданный суфражистками, стал возможным прототипом для образа куклы Барби. К тому же стоит отметить, что феминистки второй волны оказали косвенное влияние на позиционирование игрушки, а сегодня соответствие идеям феминизма помогает продвигаться компании. Например, появление серии игрушек «Модницы» привело к тому, что в 2021 году «Маттель» достигла «самого высокого уровня выручки за всю свою историю», по словам Р. Диксона, президента и главного операционного директора [2].

Источники и литература

- 1) «Барби - больше, чем игрушка». Как исполнительный директор Mattel помог поднять «гламурную» жизнь куклы на новые высоты в фильме с живыми актерами и Марго Робби в главной роли. // Yahoo URL: <https://www.yahoo.com/entertainment/barbie-is-more-than-a-toy-how-this-mattel-exec-helped-take-the-dolls-glamorous-life-to-new-heights-in-the-live-action-film-starring-margot-robbie-190917265.html> (дата обращения: 06.01.2024).
- 2) Барби - машина для зарабатывания денег // EL PAÍS URL: <https://english.elpais.com/economy-and-business/2022-10-28/barbie-the-money-making-machine.html#> (дата обращения: 19.01.2024).
- 3) Мнение: да, Барби феминистка — только не спрашивайте ее создателей // Yahoo URL: <https://www.yahoo.com/entertainment/opinion-yes-barbie-feminist-just-100554270.html> (дата обращения: 07.02.2024).
- 4) Обзор «Барби»: Грета Герwig, одетая в розовое, выступает с яростным феминистским заявлением // TheWrap URL: <https://www.thewrap.com/barbie-review-greta-gerwig-feminist/> (дата обращения: 06.01.2024).
- 5) The Suffragette Newspaper // Search IET Archives Blog Stories from the Institution of Engineering and Technology URL: <https://ietarchivesblog.org/2017/10/19/the-suffragette-newspaper/> (дата обращения: 07.02.2024).