

Susanna Paasonen

Barbie™ puhuu! Nuket, nautinnot ja kulutuksen politiikat

Kesällä 1998 Kemin historiallisessa museossa järjestettiin tienvarsi- ja kaapelitelevisiomainosten pohjoismaiden laajimmaksi kutsuma Barbie-näyttely, joka esitteli nukan eri aikoina saamia muotoja sekä siihen yhdistettyjä narratiiveja ja markkinointistrategioita. Erityisen selvästi niitä havainnollisti näyttelyssä esitetty Mattelin 1960-90 -lukujen Barbie-televisiomainoksista tehty kooste: 1960-luvun teini-Barbie esiteltiin valmistujaisten kuningattarena, kun 1970-luvun Barbie puolestaan hetkutti lanteitaan menevän musiikin tahtiin. 1980- ja 90-luvuille tultaessa mainosten teemoihin kuului Live Aid -vaikutteinen, ekologisesti kantaaottava monikulttuurinen Barbie sekä 3-ulotteinen, tietokoneanimoitu, Atlantan olympialaisia varten tuotettu voimistelija-Barbie. Mainoksesta toiseen Barbiella leikkimisen riemuja havainnollistivat pehmeästi valaistut, sievät ja ehostatut tyttölapset. Näyttelystä poistuessani jossain takaraivossani soi yksi 1980-luvun mainoslauseista: ”We Girls can do anything, – right Barbie?”, me tytöt pystymme kaikkeen – eikö niin, Barbie?

Pohdin seuraavassa Barbien ja siihen nivottujen kuvastojen erilaisia käyttötapoja, nukella leikkimisen ja nukan leikkimisen mahdollisuuksia. Voiko Barbiella tehdä ”mitä vain”? Millaisia nautintoja se voi tuottaa? Minkä puolesta Barbie oikein puhuu? Keskityn erilaisiin hetkiin, jolloin Barbie puhuu – tai Barbien puolesta puhutaan – sekä nukelle näinä hetkinä rakennettaviin identiteetteihin ja ”tekijyyksiin”.

Allekirjoittajana Barbie

Nelikymmenvuotias Barbie-nukke, tämä ihanteellisen (ja mahdottoman) naisellisuuden vaaleamuovinen ikoni, on moninaisten intohimojen kohde. Mattel myy vuosittain Barbie-nukkeja ja niiden oheistuotteita yli miljardilla dollarilla, Barbiesta julkaistaan jatkuvasti useita tutkimuksia¹ ja kuvakirjoja² ja nukke inspiroi alati myös erilaisia taideprojekteja – niin Mattelin luvalla

¹ Monografoista ks. Mary Rogers, *Barbie Culture*. London: Sage 1999 sekä Erica Rand, *Barbie's Queer Accessories*. Durham and London: Duke University Press 1995. Myös Judy Attfield, ”Barbie and Action Man: adult toys for girls and boys 1959-93”. Teoksessa Pat Kirkham (ed.), *The Gendered Object*. Manchester and New York: Manchester University Press 1996; Ann duCille, *Skin Trade*. Harvard University Press 1996; Ingeborg Majer O'Sickey, ”Barbie Magazine and the Aesthetic Commodification of Girls' Bodies”. Teoksessa Shari Benstock and Suzanne Ferris (eds.), *On Fashion*. New Brunswick: Rutgers University Press 1994; Susan Willis, *A Primer for Everyday Life*. London and New York: Routledge 1991.

² Teoksia suunnataan sekä nuorille tytöille että aikuisille keräilijöille. Viimeaikaisia teoksia ovat mm. Frederick Beigbeder, *Barbie (The Universe of Fashion)*.

Universe Publications 1998; Marco Tosa, *Barbie: Four Decades of Fashion, Fantasy, and Fun*. New York: Harry N. Abrams 1998; Billy Boy, *Barbie: Her Life & Times*. The New Theater of Fashion 1992; David Levinthal, *Barbie Millicent Roberts: An Original*. New York: Pantheon 1998; Marie T. Morreale, *Barbie in the Spotlight*, Golden Books Pub Co 1998; Craig Yoe (ed), *The Art of Barbie*. Workman Publishing Company 1994; Jamie Simons and Karen Geppert, *Barbie: Dear Diary*. Mouse Works 1998; Laura Jacobs, *Barbie: What a Doll!* Abbeville Promotional 1994.



Barbie, ihanteellinen leikkiveri. Kuvat. Susanna Paasonen Igor Vamosin videosta *Blo Nightly News* (USA 1994).

³ Suomessa Barbie-taiteestaan on tunnettu erityisesti videotaitelija Anneli Nygren, alias Anne Lee.

⁴ Rand 1995, 9. Etnisistä Barbie-nukeista ks. duCille 1996, passim sekä Rogers 1999, 47-59.

⁵ Rogers 1999, 101-108, Rand 1995, 70-73.

kuin ilman sitä.³ Tämän kansainvälisesti tunnetun mediahahmon valtakunta rakentuu sadoista miljoonista nukeista, asusteista, leikkitaloista, -autoista, -hevosista ja muista oheistarpeista, kirjoista, postikorteista, ihailijakerhoista, verkkosivustoista, sarjakuvista, lehdistä ja televisiomainoksista, jotka kiertävät pääosin Pohjois-Amerikan ja Euroopan vaurilla markkinoilla. Barbiella (ja siipallaan Kenillä) on myös lihalliset, Mattelin edustajien palkkaamat inkarnaationsa, joita voi tavata ostoskeskusten ja messujen tempauksissa.

Liiketoiminnan laajuuden huomioiden Barbieta voidaankin Erika Randin mukaan käyttää malliesimerkkinä Antonio Gramscin luonnehtimasta menestyksekkäästä hegemonisesta diskurssista. Tähän diskurssiin liittyviä epäilyttäviä ideologisia piirteitä ovat muun muassa pakollisen heteroseksuaalisuuden, kapitalismin ja voimavarojen epätasaisen jakautumisen tukeminen. Edelleen Mattel syyllistyy ikärasismiin ja seksismiin esittämällä kauniin nuoren vartalon naisen kallisarvoisimpana hyödykkeenä sekä rasismiin esittäessään valkoisen Barbien normina.⁴ Myöskin nukkejen tuottamisella halvan työvoiman maissa kuten Malesiassa, Indonesiassa ja Kiinassa, joissa työehtojen ja -turvallisuuden ei tarvitse noudattaa yhdysvaltalaisia standardeja, on poliittinen merkityksensä.⁵

Mattelin vuodesta 1959 tuottamat tai hyväksymät Barbie-narratiivit ovat tuottaneet lausumien joukon, joka kehystää ja määrittää Barbien hahmoa. Yhtiön hyväksymässä kaavassa Barbie pitää muodista, ystävällisyydestä, oikeudenmukaisuudesta ja romantiikasta ja menestyy valitsemallaan elämänalalla ruumiillistamiensa myönteisten arvojen ansiosta. Barbie-tuotemerkki toimii samalla allekirjoituksena, joka yhdistää markkinoitavat tuotteet näihin arvoihin. Barbie-lehdistä voi lukea otteita Barbien päiväkirjasta, kirjoittaa tälle ja saadavastauksia sekä osallistua tämän seikkailuihin fotonovellien välityksellä. Nukun allekirjoitus, *signature*, merkitsee sen erilaisten tekstien aktiiviseksi tuottajaksi. Kuten Jacques Derrida on todennut, tekstin tuottaminen ja allekirjoittaminen synnyttää koneiston, joka jatkaa tekijyyteen sidottujen merkitysten tuottamista vaikka tekijä olisikin poissaoleva, kuollut – tai,

kuten Barbien tapauksessa – fiktionaalinen. Tekijä ”merkitysten alkuperänä” on läsnä allekirjoituksensa kautta, jonka on toimiakseen oltava toistettavissa ja jäljiteltävissä niin nykyhetkessä kuin tulevaisuudessakin.⁶ Näin ollen erilaiset Barbien nimissä kirjoitetut tekstit nivoutuvat nuken julkisuuskuvaan ja tämän takana olevaan markkinointikoneistoon, jonka laajuudesta voi saada kattavan kuvan vaikkapa seuraamalla Mattelin säännöllisesti nostamia Barbie-tavaramerkin loukkauksia koskevia oikeusjuttuja.⁷ Yhtiö vahtii paitsi Barbien kuvan käyttökoteksteja, myös tämän allekirjoituksia: kuka tahansa ei suinkaan saa puhua Barbien nimissä. Erityisen kärkkäästi Mattel vartioi Barbieen yhdistettäviä seksuaalisia, pervoja ja poliittisia merkityksiä, jotka uhkaavat tämän ”tervehenkistä ja kunnianhimoista” julkisuuskuva.⁸

Mattel kehitti edellä mainitun, tyttövoimaa ennakoineen mainoslauseen ”Me tytöt pystymme kaikkeen – eikö niin, Barbie?” vuonna 1985 kriitikoiden valitettua Barbien välittämästä antifeministisestä viestistä. Mainoslauseetta käytettiin uranukke *Day-to-Nite Barbien* markkinoinnissa. Nuken työjakku oli helposti muunnettavissa meneväksi iltapuvuksi. Erika Randin mukaan ”Day-to-Nite Barbie on feminismiä *Cosmon* (*Cosmopolitan*-lehden) mukaan: naiset voivat olla onnellisesti seksikkäitä (lukuunottamatta *Cosmon* antamaa lupaa seksin harjoittamiseen) ja saada loistavia työpaikkoja.”⁹ Barbieen voidaankin liittää osin samoja merkityksiä, joita Hilary Radner nostaa esille luennassaan *Cosmopolitanista* ja elokuvasta *Pretty Woman* (Garry Marshall, USA 1990). Radnerin mukaan sekä lehti että elokuva kouluttavat naisia heteroseksuaalisessa naiseudessa, naimakelpoisuudessa, hyödykekulutuksessa ja markkina-arvonsa ylläpitämisessä. Menestyvän naiseuden todisteena on viime kädessä heteroseksuaalinen pariutuminen, jonka kautta nainen saa todistuksen haluttavuudestaan.¹⁰

Rogers korostaa kuitenkin, että Barbien itsekeskeisyyttä ja menestys-orientoituneisuutta voidaan lukea myös hoivaavan, avioliittoon sidotun naiseuden antiteesinä. ”Hän ei ole itsensä uhraava, toisia kohtaan suuntautuva nainen, joka hyllyttää unelmansa häämarrsin, vaippapussin, tai minkään muun avioliittoon ja äitiyteen liittyvän takia.”¹¹ Ann duCillen sanoin, ”vaikka hän leikkiikin Kenin kanssa, hän ei ole riippuvainen tästä tai kenestä muustakaan miehestä. [...] Barbien uhkeat aikuiset muodot [...] eivät herätä ajatuksia äidillisyydestä vaan seksuaalisuudesta – ei hoivaavasta naimisissa olevasta äidistä vaan aistillisesta sinkkunaisesta.”¹² Barbien voitokas marssi lelukauppojen hyllyillä alkoikin samoihin aikoihin kun urasuuntautuneet ja esiaviollisesta seksistä nauttivat nuoret naiset astuivat mediakeskusteluihin. Sittemmin *Cosmopolitanin* päätoimittajana tunnetuksi tullut Helen Gurley Brown lanseerasi sinkkutyön käsitteen, eräänlaisen kurillisen ehostautumisen, vaatetuksen, liikunnan ja kosmeettisten leikkausten kautta tuotetun haluttavan naisellisuuden ruumiillistuman 1962, vain kolme vuotta Barbien synnyn jälkeen.¹³

Naisellisuuden, haluttavuuden, konsumerististen ja kosmeettisten taitojen keskeisyys määrittävät vielä nykyäänkin menestyvää naiseutta useissa Barbieen yhdistettävissä narratiiveissa. Vuoden 1998 Barbie-lehden fotonovellissa ”Tähtien gaalailta” huipputoimittajana työskentelevä Barbie saa kuuluisalta laulajatähdeltä haastattelun yksinoikeudella autettuaan tätä korjaamaan ehostustaan kesken palkintojuhlan. Neuvokas Barbie on pukeutunut vaaleanpunaiseen mekkoon, jonka kookkaat koristekivet toimivat myös meikkilippaina: ”Enpä olisi uskonut, että toimittajan täytyy hallita myös meikkiasiat!”, ihmettelee Barbien sisar Skipper. ”Täytyy toki. Joten korjail-

⁶ Jacques Derrida, ”Signature, Event, Context.” Teoksessa *Margins of Philosophy*. New York and London: Harvester Wheatsheaf 1982, 316-317, 328-329.

⁷ Ks. esim Rand 1999, 93.

⁸ Määritelmä on Mattelin asianajajan Adrian Pruetzin. <http://japan.cnn.com/US/9803/12/briefs/barbie.sex.ap/>

⁹ Rand 1995, 29, 67-68.

¹⁰ Hilary Radner, ”Pretty is as Pretty Does: Free Enterprise and the Marriage Plot”. Teoksessa Jim Collins, Hilary Radner and Ava Preacher Collins (eds.), *Film Theory Goes to the Movies*. London and New York: Routledge 1993, 59-69; Rogers 1999, 24, 37-40.

¹¹ Rogers 1999, 16, 22.

¹² duCille 1996, 23.

¹³ Radner 1995, xi-xii; Rogers 1999, 22, 37-40.

¹⁴ Barbie-lehti 8/1998, 34.

¹⁵ Barbie-peli, Brio Ab / Alga, 1985.

¹⁶ Rogers 1999, 89-90.

¹⁷ Vicki-Lee. Linaus Rogers 1999, 116.

¹⁸ Attfield 1996, 83.

¹⁹ Rand 1995, 25, 31-37; Rogers 1999, 103.

²⁰ Lillistä ja Barbiesta ks. Tracy Quanin kolumni "The Littlest Harlot" (1997), <http://www.salonmagazine.com/mwt/feature/1997/11/26harlot.html>

²¹ duCille 1996, 24.

²² Rogers 1999, 40.

laanpa omaakin meikkiämme ja mennään seuraamaan Tähtien Gaalaa.”, Barbie vastaa.¹⁴

Mattelin hyväksymiin virallisiin leluihin kuuluu muun muassa vuonna 1985 Suomessa markkinoitu lautapeli, jossa sitä pelaavat 6-12 -vuotiaat lapset voivat ”olla Barbie”. ”Sinä olet nyt Barbie”, pelilaatikossa lukee. ”Olet menossa tapaamaan Kenia illalla ja haluat laittautua oikein somaksi. Jotta onistuisit kaunistautumispuuhassasi – ja pelissä – sinun on saatava kylpy-, kampaus-, ym. kortit juuri oikeassa järjestyksessä. Kuka onkaan pelissä onnekkain ja ehtii ensiksi Kenin luo!”¹⁵ Pelin eri vaiheisiin kuuluu peseytyminen, hiusten laittaminen, ehostautuminen sekä sopivien asusteiden, hajuveden ja korujen löytäminen. On vaikeaa kuvitella selkeämpää sukupuoliteknologiaa, jossa heteroseksuaalinen haluttavuus ja naisinen menestys niputtuvat yhteen. On kuitenkin todettava, että samoihin aikoihin tuotettiin myös ”Me tytöt pystymme kaikkeen” -lautapeli, jonka kysymykset koskivat historian merkkinaisia Virginia Woolfista Anne Frankiin ja jopa Carmen Glora Quintanaan, chileläiseen poliittiseen pakolaiseen. Mattel noudattelee kunakin aikoina suosittuja ilmiöitä ja arvoja, mikä johtaa Barbieren yhdistettävien narratiivien moninaisuuteen ja vääjäämättömään paradoksaalisuuteen.¹⁶

Barbieren monet kasvot

”Jos en näyttäisi Barbielta niin olisin vain joku mitättömyys”.¹⁷

Barbieren asema kulttuurisena ikonina – samoin kuin tämän ruumiin artikuloima seksuaalisuus – tekee kuitenkin tämän hahmosta ja allekirjoituksesta hyvin haavoittuvaisen. Mattelin ponnisteluista huolimatta Barbie on synonyymi paitsi pärjäävälle uranukelle, myös seksinukelle, anorektikolle ja stereotyyppiselle blondille. Nämä luennat voidaan palauttaa nuken ruumiiseen, joka esittää ristiriitaista, liioiteltua ja anatomisesti omituista naiseutta. Barbiella ei ole sukupuolielimiä tai nännejä, se kävelee varpaillaan eikä pysy pystyssä ilman tukitelineitä tai auttavaa kättä.¹⁸ Barbieren valtaiset silmät, ohut vyötärö, muhkeat vaaleat hiukset ja ikuinen hymy ruumiillistavat ”ihanteellista” naisellisuutta, jonka alkuperäismallina oli 1950-luvulla valmistettu saksalainen Lilli-seksinukke.¹⁹ Kemin Barbie-näyttelyssä oli esillä myös valikoima eroottisten sarjakuvien päähenkilöön perustuvia Lillejä, joita markkinoitiin lähinnä aikuisille miehille minikokoisina seksinukkeina. Nuket oli puettu näyttelyssä sairaanhoitajiksi ja esillepanoa täydensi gynekologinen tutkimuspöytä. Hampurissa valmistettua Lilliiä markkinoitiin ”jokaisen baarin tähtenä”, kun taas Lillin muotilla tuotettua Barbietta kertomuksellistettiin alusta saakka siveänä teini-ikäisenä naapurintyttönä.²⁰

Ann duCille näkee Barbieren ristiriitaisen – seksuaalisen, mutta ruumiin-aukottoman, pinnaltaan aistillisen mutta pintansa alta ehdottoman seksittömän – ruumiin analogisena naisten arkielämässään kohtaamille, huora/madonna -dikotomioiden jakamille naisellisuuden paradokseille.²¹ Ruumiiltaan kalenterityttö, identiteetilään teinityttö ja vaihtelevilta työkuviltaan kaikkea sotilaan ja poptähden väliltä oleva Barbie on lähtökohtaisesti ristiriitainen teksti, jota sekä luetaan että kirjoitetaan moninaisin tavoin.²² Näkyvin esimerkki vaihtoehtoisten lukutapojen sinnikkyydestä on Barbieren käyttö Lillin tapaisena seksinukkena. Barbie ja seksi liittyvät erottamattomasti toisiinsa – lasten nukella leikkimät erilaiset seksileikit toistuvat sen käyttöjä koskevissa

tutkimuksissa, ja tietoverkoissa Barbie on lainannut nimensä (ja nimikirjoituksensa) mitä moninaisimmille pornografista materiaalia esitteleville www-sivuille ja keskusteluryhmille.²³ Verkkosivustojen monimuotoisuus – ja jopa muovinuku esiintyminen lihallisempien pornomallien rinnalla – näyttäisi todistavan, että Barbiella on vakiintunut seksinuku asema, johon yksittäiset palveluiden tarjoajat voivat viitata. Joidenkin pornosivustojen anti ei olennaisesti eroa lasten Barbiella ja Kenillä leikkimistä leikeistä: uteliaille on tarjolla vaikkapa näiden ruumiinaiheisten nukkejen parittelua havainnollistavia pikku animaatioita.²⁴

Ranskalainen *Monsieur K* omaa toista tuhatta seksi-Barbieta kattavan kokoelman, jota on esitelty niin *Penthousesin* kuin suomalaisen *Haloo*-lehdentekijän sivuilla. Kokoelman nuket on puettu mustaan muoviin, nahkaan ja pitsiin, korsetteihin, sukkanauhoihin, tarjoilijattaren sekä opettajattaren niukoihin rooliasuihin. Useille nukkeille on maalattu rinnat ja joillekin on hahmoteltu sukupuolielimiä. *Monsieur K* selittää kokoelmaansa ”tekopyhyyden” vastustamisella: ”Barbiet edustavat yleismaailmallista naista [...] Miksi Barbien pitäisi olla seksin suhteen sukupuoleton? [...] [M]inun Barbieni edustavat realistista naiskuvaa. Nainen käyttää seksivaatteita, nainen harrastaa S/M:ää joko yksityisesti tai ammattina, naisissa on paljon prostituoituja. Minun Barbieni ovat renkas tavarataloissa myytävien Barbien ja niiden edustaman maailmankuvan ja todellisuuden välillä.”²⁵ Realistinen, ”todellinen naiseus” määrittyy tässä seksuaalisuuden – ja keskeisesti myös seksiteollisuuden – kautta. Kyseessä on kokoelman rakentajan silmien läpi nähty, erilaisina fetisistisinä asetelminä ja hahmoina muotoutuva naiskuva. Vaikka kokoelman nuket eroavatkin määritelmällisesti Mattelin tuotteista, näissä keskeinen ulkomuotoon ja heteroseksuaaliseen haluttavuuteen keskittyvä naisellisuus näyttää johtavan loogisesti seksiteollisuuden piiriin. Molemmissa tuotantokontesteissa Barbie määrittyy keskeisesti ruumiinsa kautta.

Barbien julkisuuskuvaan puhtoisuuden ja tämän ruumiinmuotojen välinen jännite tekee nukesta vetovoimaisen ikonin (joka vertautuu periamerikkalaiseen ”cheerleader”-hahmon ympärille kietoutuviin seksifantasioihin). Verkossa Barbiesta muotoutuu omaksuttavissa oleva identiteetti, jota otetaan haltuun erilaisten nimikirjoituksen muunnelmien avulla.²⁶ Toisin sanoen nuku julkisuuskuva ja sitä tiivistävä nimikirjoitus otetaan haltuun ja siihen syötetään erilaisia merkityksiä. ”Oletko koskaan haaveillut Barbien kanssa ‘olemisesta’?? No nyt voit!”, julistaa XXX-Barbie www-sivuillaan. ”Näe minut kaikenlaisiin asuihin pukeutuneena. Barbie on XXX – rakastan Barbie-nukkeja, seksiä, alastomana poseeraamista, Internetiä.”²⁷

Tietoverkossa Barbie saa lihallisen muodon ja asettautuu dialogiin seksipalveluja etsivien miesten kanssa. Nuku nimikirjoitus saakin tässä melko erilaisia merkityksiä kuin Barbien päiväkirjassa: isosiskomainen, neuvova hahmo korvautuu ”aikuisella”, miehistä katsetta kutsuvalla teinityöllä. Vaaleanpunainen väri, ”XXX-Barbien” kujeellinen hymy ja naisellinen olemus asettavat tämän samanaikaisesti sekä Mattelin hyväksymän Barbie-diskurssin sisä- että ulkopuolelle: XXX-Barbie on esikuvansa tavoin heteroseksuaalisesti haluttava, mutta – toisin kuin muovi-Barbie – myös seksuaalisesti esillä ja tarjolla ruumiinaiheinen kaikkineen. Pornosivustojen Barbie-nuket voidaankin nähdä naimakelpoisuuteen kietoutuvien Mattel-narratiivien loogisena, ”aikuisena” jatkumona.²⁸ Samalla nämä seksinuket näyttävät kiteyttävän nuku asemaa kulutushyödykkeenä, joka opettaa miehistä katsetta nuorille tytöille.

²³ Barbiella leikitävistä seksileikeistä ks. esim. Rand 1995, 108-114 ja verkkosivustoista <http://www.barbiesplaypen.com/>, <http://www.sexbarbie.com/>, <http://www.xxxbarbie.com/>, <http://move.to/barbie>, <http://www.lesbianbarbies.com/> <http://www.barbiesex.com/>, <http://www.barbiebenenson.com/>, <http://www.thebarbietwins.com/> sekä uutisryhmä <http://tile.net/news/altsexfetishbarbie.html>, jonka motto on ”Lusting after unnatural body forms”, himo luonnottomia ruumiinmuotoja kohtaan.

²⁴ <http://www.gratisex.com/citizens/freehot/barbie.htm>

²⁵ *Haloo* 5/1997, 25, 27.

²⁶ Vastaavanlaisia vaatteita Barbien nimikirjoitukseen ovat esittäneet strippaavat Barbi-kaksoset Shane ja Sia, samoin kuin mallit Cynthia Jackson ja Vicki-Lee, jotka ovat molemmat käyttäneet satojatuhansia dollareita kosmeettisiin leikkauksiin näyttäkseen enemmän esikuvaltaan. Ks. Rand 1995, 9-10, 133, Rogers 1999, 21, 116.

²⁷ <http://www.teenbarbie.com/>

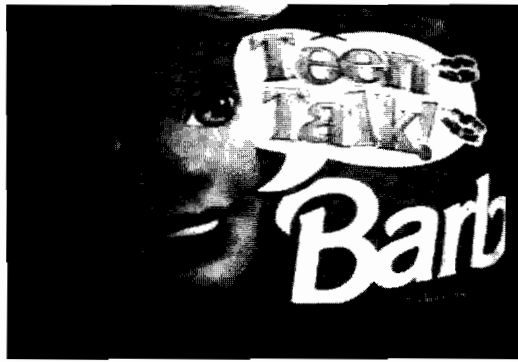
²⁸ Ks. duCille 1996, 19-21.

²⁹ Barbie. *Barbie-lehti* 8/1998, 34.

³⁰ Michel de Certeau, *The Practice of Everyday Life*. Berkeley, Los Angeles and London: University of California Press 1988, xvii.

³¹ Ks. Teresa de Lauretis, *Technologies of Gender: Essays on Theory, Film, and Fiction*. London: MacMillan 1989, 12-15.

³² Annette Kuhn, *Family Secrets: Acts of Memory and Imagination*. London: Verso 1995, 51. Ks. myös Jennifer Craik, *The Face of Fashion: Cultural Studies on Fashion*. New York and London: Routledge 1994, 4-5.



Teinpuhetta.

Tyttöjä tekemässä

”Hieman punaa poskiin, kiiltoa huuliin ja säihkettä silmiin!”²⁹

Barbien ruumiinmuotojen pohjalta on helppo tehdä kauaskantoisiakin oletuksia, mutta tällaiset tulkinnot johtavat usein yksinkertaistuksiin. Nuken yksioikoinen samastaminen misogyniaan ja naiseuteen hyödykkeenä jättää huomiotta useat tärkeät kulutusta, haltuunottoa ja identiteettiä koskevat kysymykset. Pornosivustojen ohella Barbie esiintyy kirjavissa kulttuurisissa teksteissä ja käytöissä, joiden merkityksiä ei voi määritellä kiinteästi sen enempää taantumukselliseksi kuin edistykselliseksiäkään. Nukke sinällään antaa vihjeitä monenlaisiin luentoihin ja myös Mattelin Barbie-diskurssi avautuu erilaisille muunteluille, leikille ja merkityksenannoille. Erica Rand painottaa halki teoksensa *Barbie's Queer Accessories* Barbien tarjoavan myös malliesimerkkejä kulttuurisesta neuvottelusta, omimisesta ja jopa kumouksellisuudesta – toimista, joita Michel de Certeau on määritellyt taktiikoiksi, kulutuksen ja käyttöjen sissisodaksi. Aktiivisen tuotannon ja passiivisen kulutuksen dikotomista vastakkainasetteluapurkanut de Certeau näkee kulutuksen moninaisten, puolinäkymättömien omimisten, käyttöjen ja merkityksellistämisten toimina. Kuluttajat eivät ole tässä mallissa tuotanto- ja markkinoitustrategioiden armoilla, vaan heidän toiminnalleen löytyy aina tiloja.³⁰ Mattel voidaan nähdä strategina kulutuskulttuurin sotatantereella, mutta toisaalta Barbie-kulutuksessa on kyse tuhansista erilaisista taktiikoista, joiden merkityksiä Mattel ei voi hallita.

Lasten sukupuolittamiseen liittyviä värikoodeja ajateltaessa Barbie pakkausineen ja asusteineen on vaaleanpunaisista vaaleanpunaisin. Barbien tuotevalikoimia ja niihin liittyviä julkisuusdiskursseja voidaankin lähestyä subjektiviteetteja muovaavina delauretislaisina sukupuoliteknologioina, jotka tarjoavat tytöille naiseuden kuvastoja.³¹ Barbien maailma taittuu vaaleanpunaisen eri sävyihin, kiiltäviin tekstiileihin, jatkuviin hymyihin ja auringonpaisteisiin päiviin. Nuken ääriinlaiset sisustuskokonaisuudet, asusteet ja niiden esittelylle esimerkiksi Barbie-lehdessä rakennetut kehykset ovat liioittelevia väreissään ja muodoissaan – niiden pinkki, pitsinen ja ruusukkeinen vuo vuotaa reilusti ”hyvälle maulle” asetettavien rajojen yli.

Barbien naisellisuus voidaankin lukea ylettömänä, jopa esimerkkinä tavoista, joilla naisellinen pukeutuminen ja laittautuminen samalla sekä tuottavat sukupuolta että elehtivät tämän tuottamisen keinotekoisuutta ja normatiivisuutta.³² Vaikkapa *Total Hair Barbien* nilkkoihin saakka ylettyvät, pinkillä sävytettävät hiukset (joista lapset voivat rakentaa yhä uusia kampauksia) tai

joidenkin Barbie-mallien mukana tulevat ehostusvälineet viittaavat naisellisuuteen jatkuvana laittamisena, tekemisenä ja rakentamisena. Mary F. Rogers näkee nukan fiktiivisenä ikonina, joka liioittelee kulttuurisesti mahdollisia ilmiöitä viemällä ne uskottavuuden äärirajoille. Näin ollen Barbien naisellisuus on fantastista: se vie naisellisen ulkomuodon ja käytöksen äärimmäisyyksiin, kauas yli mahdollisuuden rajojen.³³

Kaikki Barbiessa on naisellista – jopa tämän (pysyvästi kohokaariset) jalkaterät ovat pienen pienet: ”[Barbiella ja Teresalla] on [...] erikoiskengät, joista jää pieniä, kauniita jälkiä: korkokengistä jää sieviä hymykyviä ja tenniskengistä kauniita tähtiä. Ja tietysti kaveruksilla on yllään kivat asut shoppailukierrosta varten. Haluatko mukaan?”, kutsuu Mattelin *Moovin’ Groovin’* -mainos.³⁴ Nukke opettaakin lapsille paitsi haluttavan naisellisuuden koodeja, myös shoppailun ja onnistuneen kuluttamisen taitoja.³⁵ Shoppailun määrittämän ”hyvän elämän” edustajana Barbie on löytänyt ”kaiken sen, mitä on keskiluokkaisten kuluttajien unelmissa, joskaan ei näiden todellisuuksissa.”³⁶ Kuten kulutusta tutkinut Colin Campbellin on todennut, tytöille opetetaan varhaisessa iässä shoppailun olevan elimellinen osa naisen sukupuolitettuja rooleja määrittäviä toimintoja.³⁷ Toisin sanoen tyttöjen oletetaan oppivan shoppailemaan ja nauttimaan kuluttamisesta ajanvietteenä. Shoppailu on keskeistä tavoissa, joilla lapsista tehdään tyttöjä ja tytöistä naisia.³⁸

Sosiologi Turo-Kimmo Lehtonen painottaa shoppailun – ”esineiden kanssa oleilun” – olevan ensisijaisesti symbolista toimintaa, jossa on kyse sekä monentasoisista nautinnoista että valinnoista.³⁹ Toisin sanoen shoppailu on ajanvietettä, jossa kulutusta säätelevät niin taloudelliset realiteetit, saatavilla olevat tuotevalikoimat kuin omat mielitymyksetkin. Shoppailijalla on toimijuuden tilansa, omat nautinnon taktiikkansa. Vastaavasti sukupuolitettun identiteetin tekeminen vaatetuksen, eleiden ja muiden ruumiin merkkiä kautta pitää sisällään paitsi pakonomaisen toiston, myös nautinnon mahdollisuuksia. Edelleen toimijuuden tilat mahdollistavat sukupuolitettujen merkkiä toisin lukemisen ja käyttämisen, mitä homomiesten luennat Barbiesta campina tai ”naisia naisellisempänä” transvestiittikuningattarena osaltaan havainnollistavat. Kuten Rogers toteaa, saattaa olla, ”ettei Barbie ole heteroseksuaali. Itse asiassa, saattaa olla, ettei se ole edes nainen.”⁴⁰

Barbie on seurustellut Kenin kanssa jo pitkälti yli 30 vuotta ollen jatkuvasti matkalla alttarille. Barbie pukeutuu toistuvasti unelmamorsiameksi, mutta siitä ei tule koskaan vaimoa. Hääpuvut ovatkin sekä suurellisimpia että jatkuvasti suosituimpia kaikista nukelle valmistettavista ja myytävistä asusteista.⁴¹ Koska häiden oletetaan olevan naisen päivä prinsessana, elämän ihaninpäivä, on kuvaavaa että Barbie voi mennä naimisiin joka päivä ja aina ensi kertaa. Häiden leikkiminen valmistaa tyttöjä tätä ”naisen sukupuolitettujen roolien suurinta hyödykespektaakkelia”⁴² – ja siten myös heteromatriisiin sidottuja rakkautta, seksiä ja intiimiyttä koskevia konventioita – varten.

Mutta tarvitseeko Barbie todellakin Kenin mennäkseen naimisiin? Miksei Barbie viettäisi Suurta päivänsä mieluummin vaikkapa parhaan ystävänsä Midgen tai muiden Barbien kanssa? Mikä estää useita Barbieita pukeutumasta samanaikaisesti morsiamiksi? Mikään ei takaa, että hääkaavan toisto noudattaisi oletettuja kaavoja. Itse asiassa tulos voi olla hyvinkin pervo, kuten Erica Randin teos havainnollistaa.⁴³ Heteroseksuaalisen naiseuden säännellyt merkkipäivät, kuten valkoiset häät, voivat yhtä hyvin tulla ”toistetuksi toisin” yhä uudelleen ja uudelleen.⁴⁴

³³ Rogers 1999, 3, 14.

³⁴ *Barbie-lehti* 2/1998, 2.

³⁵ Rand 1995, 167; Rogers 1999, 109.

³⁶ Rogers 1999, 61, 67.

³⁷ Colin Campbell, ”Shopping, Pleasure and the Sex War”. Teoksessa Colin Campbell and Pasi Falk (eds.), *The Shopping Experience*. London: Sage 1997, 167.

³⁸ Sukupuoli-identiteetin performatiivisesta tuottamisesta ks. Judith Butler, *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. London and New York: Routledge 1990, 136, 145 sekä Rogers 1999, 136, 143.

³⁹ Turo-Kimmo Lehtonen, ”Shoppailu sosiaalisena muotona”. *Sociologia* 31, 1994:4, 192-193

⁴⁰ Rogers 1999, 41-42; Rand 1995, 18-19. Vastakkaisesta näkökulmasta ks. Willis 1991, 27.

⁴¹ Rand 1995, 90-91; Rogers 1999, 54; Attfield 1996, 84.

⁴² Laureen Rabinovitz, ”Soap Opera Bridal Fantasies”. *Screen* 33:3, Autumn 1992, 278.

⁴³ Ks. Rand 1995, 93 eteenpäin.

⁴⁴ Rand 1995, 89-90; Butler 1990, 145.

⁴⁵ Hannah Hanze (8 v.) News 8, KFMB (CBS), San Diego 29.12.1993. Koosteessa BLO Newsreels. Barbie Liberation Organization / Igor Vamos, USA 1994.

⁴⁶ Ks. Rand 1995, 70; Rogers 1999, 94.

⁴⁷ "Leluasiantuntija" Joanne Oppenheim ajankohtaisohjelmassa *A Current Affair*, 4.1.1993. Koosteessa BLO Newsreels (1994).

⁴⁸ Jay Leno kommentoi operaatiota *The Tonight Showssa* 29.12.1993 ja *Simpsonit* käsitteli maaliskuuisessa jaksossaan 1994 puhuvia muotinukkeja ja sukupuolistereotyyppioita hyvin samoilla painotuksilla kuin BLO. Ks. BLO Newsreels (1994).

⁴⁹ BLO Newsreels, BLO *Nightly News with Brian Williams*. BLO/ Igor Vamos, USA 1994.

Barbie on pinta, johon käyttäjät voivat heijastaa erilaisia fantasiaskenaarioita ja kuvitelmiä eri kerroksia, vaikka tämä pinta onkin samalla sukupuolistettu mitä räikeimmällä tavalla. Näyttääkin siltä, ettei strategioiden ja taktiikoiden kaksoispelistä ole pääsyä – tulkitsija joutuu yhtäältä kohtaamaan Barbien ruumiista ja asusteista luettavat merkit sekä toisaalta kuluttajien vallan keksiä ja kuvitella nukke yhä uudelleen. *Barbie-lehden* sankaritarrensä menestykseen keskittyvät tarinat voivat olla nautinnollisia fantasiaskenaarioita, mutta varsinaisen tarinan sijaan nautinnon lähteitä voivat olla myös fotonovellien lavasteet, nukkejen asusteet, autot ja talot. Lehdet kuvaavat ihanteellisia ja mahdollomia leikkiympäristöjä – kokonaista Barbie-maailmaa. Fotonovelleissa Barbie ei tunne muovisen ruumiinsa rajoitteita, vaan elää aktiivista elämää vailla lapsen käden tarjoamaa tukea.

Barbie puhuu! Mutta mitä hän sanookaan?

"Ne (Mattel) laittavat Barbien puhumaan kuin lapsi ja hän on nainen".⁴⁵

Puhuvat Barbiet tulivat markkinoille ensi kerran 1970-luvun lopulla. Niiden äänirasian kolme tai neljä lausetta on valittu satunnaisesti 270:n lauseen valikoimasta: "Mennään ostoksille", ehdottaa *Teen Talk Barbie* vuodelta 1993. "Pidän koulusta, etkö sinäkin?", "Mennään illalla juhliin.", "Matikka on vaikeaa"....⁴⁶ Barbien vuorosanat eivät ole muuttuneet paljokaan kahden vuosikymmenen aikana ja niiden suhde omnipotenttiin Barbieen, joka voi tehdä "mitä tahansa" on vähintäänkin sattumanvarainen. Barbie puhuu vailla matematiikkapäätä ja ammatillista kunnianhimoa osoittaen mieltymystä lähinnä ostoskeskuksessa oleskeluun. Kuluttajan mahdollista hämmennystä lisää nukun aikuiseen vartaloon yhdistetty kimeä ääni.

Itse asiassa puhuminen näyttää tuovan esille Barbien pahimmat puolet. Kuten leluteollisuudessa toimiva Joanne Oppenheim toteaa, "tiesimme aina, että jos Barbie puhuisi, hän puhuisi läpiä päänsä. Ja niin hän tekikin."⁴⁷

Joulun alla 1993 BLO, Barbie Liberation Organization, iski Yhdysvaltoihin operaatio "Newspeakilla" ("uuspuhe", "uutispuhe", "uutishuippu"). BLO:n aktivistit ostivat puhuvia Barbie- ja GI Joe -nukkeja, vaihtoivat niiden äänirasiat ja palauttivat sitten nuket kauppojen hyllyille toisten asiakkaiden ostettaviksi. Tuloksena lahjakääröjään availevat lapset saivat shoppailuun mieltyneitä GI Joe-nukkeja sekä Barbie-nukkeja, jotka julistivat "kosto on minun", "syö lyijyä" ja antoivat käskyjä lähestyvän vihollisen tulittamiseksi. Operaation pyrkimyksenä oli luoda keskustelua puhuviin leluihin liittyvistä sukupuolistereotyyppioista, mikä onnistuikin mittavan julkisuustoiminnan ansiosta. BLO lähetti tusinoittain operaatiosta kertovia videokasetteja televisioasemille eri puolilla Yhdysvaltoja. Lisäksi muunnettujen nukkejen pakauksissa oli sekä BLO:n että paikallisten uutistoimitusten puhelinumeroita, joihin nukun ostajaa kehoitettiin soittamaan. Operaatio saavuttikin laajan, osin myös kansainvälisen mediajulkisuuden.⁴⁸ Myöhemmin ryhmä koosti uutislähetysissä esitetyistä BLO-uutisista erilaisia videonauhoja, joissa uutistoimittajat haastattelevat nuket omistavia lapsia ja BLO:n aktivisti-Barbie suorittaa korjausleikkausta GI Joelle esitellen iskun emansipatorisia päämääriä: "Ennen leikkausta minut ja GI Joe pakotettiin sanomaan asioita, joita me emme halunneet sanoa. [...] Annoin ääneni GI Joelle koska hänkin tahtoi olla vapaa."⁴⁹

Tällä kertaa aikuisen naisen äänellä puhuva Teen Talk Barbie toimi



BLO:n "edusnukke",
Teentalk Barbie.



uutisasemille lähetetyissä videoissa BLO:n "puhenukkena", joka kritisoi nukkeja valmistavien yritysten tapaa toistaa ja tuottaa lasten kehitykseen kielteisesti vaikuttavia sukupuolistereotypioita. Teen Talk Barbien mukaan BLO on kansainvälinen lastennukkejärjestö, jonka jäsenet (nuket) kapinoivat itsensä luoneita yrityksiä vastaan. Videoissa Barbien allekirjoitus yhdistyy sukupuolipoliittisiin kannanottoihin ja suoraan toimintaan, joka kohdistuu Mattelia vastaan. Aktivisti-nuken ohella myös muut esittivät vaateita Barbien allekirjoitukseen: BLO:n puhelinlinjalla "Barbie" ja "GI Joe" tiedottivat kuluttajia ja toimittajia ryhmän operaatiosta määrittellen järjestön jäsenet vanhemmiksi, feministeiksi ja taiteilijoiksi.

BLO:n tapauksessa Mattelin edustajat eivät olleet halukkaita ryhtymään oikeustoimiin, koska "Mattel haluaa pitää itseään huumorintajuisena yhtiönä". Toisin sanoen BLO:n parodiaan perustuva taktiikka teki yhtiölle mahdolliseksi vastata sille esitettyihin haasteisiin muutoin kuin vetäytymällä kiistasta. Kulutuksen salametsästys, josta de Certeau kirjoittaa, on BLO:n iskuissa muuttunut tuloksiltaan julkiseksi. Järjestön hankkeiden mottona voisi olla de Certeau'n luonnehdinta taktiikan tavoista hyödyntää "tiettyjen yhteyksien



BLON:n metereologi.



BLO-aktivisti.



Esimerkkioperaatio.



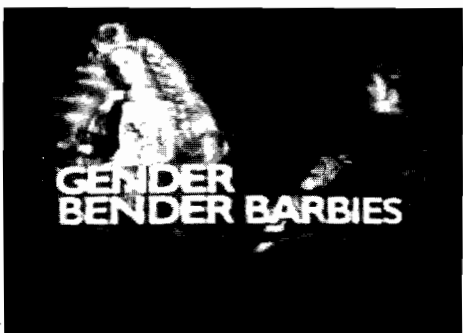
BLO:n valvontakamera.



Barbie liimaprässissä.



Jean-Jacques J'attaques.



BLO uutisissa.



omistusvoimien tarkkailussa avaamia halkeamia. Se tunkeutuu niihin. Se synnyttää niissä yllätyksiä. Se on siellä, mistä sitä osataan vähiten etsiä. Se on luhui juoni. Lyhyesti sanottuna taktiikka on heikkojen taito”.⁵⁰ BLO:n operaatio hyödyntää de Certeauin kulutuksen määreiksi nostamaa yhdistelyä ja uusien merkitysten tuottamista siirtäen nämä taktiset elementit aktivismin aseiksi. Kyseessä on kulttuurinen interventio, joka tuottaa sekä uusia Barbie-narratiiveja että uusia hyödykkeitä valmiiden nukkejen risteyttämisen kautta.

Taiteilija Igor Vamosin editoimat BLO-videot parodioivat aktivismin ja asiantuntijuuden esittämiskonventioita: videoissa aktivisteilla on suuret tummat viikset ja luhui käytös, sukupuolenkorjausleikkausta havainnollistavan tiedeasiantuntijan taustakuvana on tieteisfiktioista ammentava laboratorio ja entinen turvallisuuspalvelun agentti ”Jean Jaques J’attaques” selvittää ryhmään ujuttautumistaan dramaattisen musiikin säestämänä, klassisin salapoliisin elkein.⁵¹ Edelleen videot parodioivat uutis- ja ajankohtaisohjelmien esitysmuotoja toistamalla loputtomasti tunnusgraafikkoja, yhdistelemällä ”autenttista” ja näyteltyä BLO-uutisointia ja muuttaen uutisten merkityksiä uudelleeneditoinnin avulla. *BLO Nightly News* -videon lopussa Brian Williamsia esittävä kuuluttaja vaihtaa rentoutuneesti ajatuksia sekä Bill Clintonin, Barbien että GI Joen kanssa.

Samoin kuin vastustaviin Barbeihin lukeutuvat *Michigan Barbie* lesbostäväneen, parantavine yrtteineen ja kuukautissienineen, *AIDS-Barbiet* tai ihannesulho Kenistä luodut lukuisat homoväännökset (kuten transseksuaali ”Kendra”), myös BLO:n aktivisti-Barbie sotii nukkeen totutusti yhdistettyjä attribuutteja vastaan.⁵² Barbien aiemman aktivistielämän huippuna lienee ollut vuoden 1990 *Barbie Summitin* iskulause ”Pelastakaa puut ja kotkat”. BLO:n harjoittama yksinkertainen *genderblending* on tehokasta, sillä kuten Rand toteaa, ”Barbie on oivallinen sosiaalikritiikin ja kumouksen työkalu, sillä laajasti kiisteltynä kulttuurisena ikonina se tarjoaa itsensä ohella helpon pääsyn myös muihin kysymyksiin.”⁵³

Mattelin Barbieen liittämät sukupuoliperformanssit ovat paikoin ällistyttävän stereotyyppisiä ja pyörivät heteroseksuaalisten miesten miellyttämisen ympärillä. Puhuvan Barbien tai edellä mainitun lautapelin kaltaiset tuotteet ehdottavat naiseutta tehtävän säädellyn ja äärinäisellisen mallin mukaan. Kuitenkin Barbiella leikkivien lasten tuottamat performanssit ovat vallan eri asia, sillä nukke toimii niissä pohjana ja työkaluna mielikuvitukselle. Barbiella leikitään harvemmin Mattelin ehdottamien ohjeittoa ja kertomuskaavioiden mukaisesti. Kutenlelujen merkityksiä tutkinut Ellen Seiter toteaa, ”Lapset ovat luovia kulutustavaroiden ja mediatuotteiden hyödyntämisessä, eivätkä heidän näistä rakennusaineista tuottamansa merkitykset ole välttämättä eivätkä täydellisesti samanmuotoisia materialistisen eetoksen kanssa. Lapset luovat omat merkityksensä kulutuskulttuurin kertomuksista ja symboleista.”⁵⁴ Sama kyky uusien merkitysten tuottamiseen voidaan yhdistää myös aikuisten tapoihin käyttäen kulutustavaroita. Luovuutta ei tulisi nähdä lasten erityiskykenä.

Seiterin tutkimuksessa vanhemmat paheksuivat usein tytärtensä Barbieta kohtaan tuntemaa viehtymystä. Barbie nähtiin mauttomana, ylettömän kaupallisena, seksistisenä ja ei-rakentavana. Vanhempien kannanotot ovat samankaltaisia kuin äitien Barbien synnyn aikaan esittämä huoli nuken liian kypsistä vartalonmuodoista.⁵⁵ Nämä näkemykset Barbiesta ovat hyvin samankaltaisia kuin BLO:n muotoilut leluun stereotyyppisyydestä, eivätkä ne juurikaan ota huomioon Seiterin painottamaa leikkimiseen kuuluvaa

⁵⁰ de Certeau 1988, 37.

⁵¹ Operaation logiikan mukaisesti sekä tiedeasiantuntija että salapoliisi ovat naisia. *BLO Nightly News*, 1994.

⁵² Rand 1995, 149-193; Rogers 1999, 47-48; duCille 1996, 39-41.

⁵³ Rand 1995, 180.

⁵⁴ Ellen Seiter, *Sold Separately: Children and Parents in Consumer Culture*. New Brunswick: Rutgers University Press 1993, 10.

⁵⁵ Ks. Seiter 1993, 224; Rand 1995, 32. Viimeaikaisista äitien tekemistä boikoteista Yhdysvalloissa ks. <http://www.salonmagazine.com/mwt/feature/1997/11/26banned.html>.

⁵⁶ Rand 1995, 184.

⁵⁷ Rand 1995, 9.
Tuoreena esimerkkinä täsät toimii antologia Ophira Edut and Rebecca Walker (eds.), *Adios, Barbie: Young Women Write About Body Image, Ethnicity, and Identity*. Seattle: Seal Press 1998.

⁵⁸ Ks. O'Sickey 1994, 21-40.

⁵⁹ Rand 1995, 101.

⁶⁰ de Certeau 1988, 34.

⁶¹ Joan Tortorici Ruppert Alabamassa järjestystä Barbie-kokouksesta. Lainaus Rogers 1999, 46.

mielikuvitusta, luovaa yhdistelyä ja Mattelin strategioiden ulkopuolelle asettuvia merkityksellistämisen tapoja. Kuten Rand toteaa, ”tämä kiinteän merkityksen oletus määrittää useimpia Barbien lyttäyksiä ja kumouksellisia hankkeita.”⁵⁶

Feministiset ”Barbie-selviytymistarinat” käsittelevät usein vapautumista nukan ruumiillistamista kauneutta ja elämäntapaa koskevista ihanteista, joihin tytöt tutustuvat hyvin nuorella iällä.⁵⁷ Nukke onkin osin synonyymi stereotyyppisten naisroolien, anorektisen kauneushanteen ja sen pakon-omaisen ensisijaistamisen kanssa. Niinpä esimerkiksi Ingeborg Majer O'Sickey näkee *Barbie Magazinen* foucault'laisena kurittavana voimana, joka edistää ja markkinoi alaikäisille tytöille misogyynisiä, anorektisia ja omituisen deseksualisioituja ruumisihanteita.⁵⁸ Kuten BLO:n operaatioissa, myös näissä kriittisissä luennoissa Barbien mahdolliset merkitykset palautuvat Mattelin strategioihin. Lisäksi kaikki nämä äänenpainot jakavat lähtöoletuksen Barbien ja naisten samanmuotoisuudesta – siitä, että Barbie kuvastaa aina naiseutta ja kiteyttää naiseuden ihanteita. Samaisia realismin oletuksia esitteli myös edellä mainittu Monsieur K., joka näkee seksi-Barbiensa ”täydellisinä naisina” ja totuudenmukaisina naiseuden kuvauksina.

Mielikuvitukselliset Barbie-haltuunotot ja kritiikit palautuvat hämmästyttävän usein yksioikoisiin ja yksinkertaisiin oletuksiin representaatioiden ja ”todellisuuden” suhteista sekä kuluttajien kyvyistä lukea ja merkityksellistää erilaisia representaatioita. Barbie-nuket ovat kuitenkin haastava esimerkki siitä, miten ”kumouksellisuus” ja tuotantovoimien strategioiden varassa tanssiminen eivät aina asetu siisteiksi, toisistaan erotettaviksi vastakoh- tapareiksi, vaan nukeille annetut merkitykset ovat sekä sotkuisia että moniselitteisiä.⁵⁹ Kulutukseen liittyvillä haluilla ja kiinnostuksilla on tapana paeta holistisia selityksiä: Michel de Certeau'n poeettisen kuvauksen mukaan ne ”kiertelevät, menevät ja tulevat, tulvivat ja ajahtuvat ennalta-annettujen alueiden ylitse kuin vakiintuneen järjestyksen kivien ja kapeikkojen sivuitse pujottautuvan meren lumiset aallot”.⁶⁰

Hallitsemattomia nautintoja?

”Esitellessään yhtä lauluistaan [Bennie] Anderson [Barbie-kokouksessa esiintynyt viihdyttäjä] kysyi yleisöltä ‘Mitä naiset todella haluavat?’ Sinun olisi pitänyt nähdä hänen ilmeensä 600:n ihmisen huutaessa vastauksen: ‘Barbien!’”⁶¹

Jos Barbie voi olla ”mitä tahansa”, kuten Mattelin mainokset väittävät, ja olla aina paras siinä mitä tekee (on kyseessä sitten laulaminen, voimistelu, valokuvamallinen työ tai avaruustutkimus), eikö tyttöjen ja nukkeja keräilevien aikuisten naisten tätä menestyvän naiseuden ikonia kohtaan tuntemasta viehtymyksestä voitaisi tehdä avoimempia, moninaisempia ja myönteisempiä tulkintoja? Uskoakseni Barbiessa on kyse paljosta muustakin kuin Mattelin strategioista, ja toisaalta eräät strategiat – kuten ”me tytöt pystymme kaikkeen” -kampanja – ovat huomattavasti emansipatorisempia kuin nuorille tytöille suunnatut mainokset yleensä.

Jackie Stacey luonnehtii teoksessaan *Star Gazing* naiskatsojuutta aktiiviseksi ja valikoivaksi kulutukseksi, joka tarjoaa arkipäivästä (kuten taloustöistä, hiertävistä ihmissuhteista tai huonoista uranäkymistä) pakenemisen välineitä. Katsomiskokemukseen liittyvän samastumisen ohella myös laajemmat, elokuvakontekstin ulkopuoliset jäljittelyn, lainailun, halun,

identifikaation ja roolileikin muodot ovat keskeisiä ihailija-tähti -suhteissa. Toisin sanoen katsoisuus ja fanius tarjoavat työkaluja fantasian tuomiseksi arkeen, mutta Stacey'n keräämissä ihailijamuistoissa korostuvat tähteen identifioitumisen tuottaman nautinnon lisäksi tietoisuus itsen ja ihailun kohteen välisestä etäisyydestä, tämän saavuttamattomuudesta sekä jäljittelyn leikinomaisuudesta.⁶² Valkokankaalla nähtyjen esikuvien jäljittelemisen ei siis oleteta johtavan oman arjen dramaattiseen nyrjähdykseen vaan sen värittämiseen.

Näitä havaintoja mukaillen Barbien ylellinen elämäntyyli, menestys ja kauneus voivat olla vastaavia viehtymyksen ja nautinnollisen samastumisen kohteita nukken omistajan iästä tai sosiaalisesta statuksesta riippumatta. Barbie-mainoksissa toistetaan unen, fantasian, lumouksen, nostalgian, satumaisuuden ja romanttisuuden kaltaisia käsitteitä, joiden avulla nukke liitetään arjesta pakenemiseen ja mielikuvitukseen.⁶³ Nukkejen mukana ei osteta narratiivista sulkeumaa, vaan niitä saattelee useimmiten melko minimaalinen narratiivi. Näin ollen nukkeilla leikkiminen, niiden pukeminen, niiden identiteettien keksiminen, nukkejen sijoittaminen erilaisiin seikkailuihin tai niiden katselemisesta nauttiminen riippuukin paljolti mahdollisuuksien avoimuudesta. Barbien elämäkerrallinen narratiivi jätetään aina avoimeksi – se on ainaisessa muutoksen tilassa, jatkuvasti muuttumassa joksikin toiseksi.⁶⁴ Barbie esiteltiin vuonna 1959 Wisconsinista kotoisin olevana Barbara Millicent Robertsina, mutta nukken identiteetti muuttui pian epämääräisemmäksi. Samalla unohdettiin insinööri George ja kotirouva Margaret Roberts, Barbien rakastamat vanhemmat.⁶⁵

Mattelin pyrkimyksenä on myydä mahdollisimman monia nukkeja ja niiden oheistarpeita, joten Barbien eri identiteettien kylkiäisiksi tuotetaan jatkuvasti yhä uusia tuotteita. 1960-luvun alusta saakka yhtiö onkin painottanut Barbien rajoittamattomien mahdollisuuksien tärkeyttä. Lentoemäntä, opettaja, elokuvatähti, muotisuunnittelija, sairaanhoitaja, ballerina, äiti ja astronautti olivat Barbien uramahdollisuuksia vuonna 1965: ”Nyt voit olla näitä kaikkia Mattelin uuden upean pelin, ‘Barbien avaimet kuuluisuuteen’, avulla. Siinä on kyse ihanista urista, joita sinulla saattaa jonain päivänä olla.” Kaksi vuotta myöhemmin Mattel avasi vieläkin laajempia mahdollisuuksia Barbien kuvittelemiseen: ”Mattelin uusi ‘Twist’N Turn Barbie’ voi olla mitä ikinä haluat, kunhan uskottelette yhdessä”.⁶⁶

Yhä uusien identiteettien ja nukkemallien kuvittelu on ilmeisen suosittua ajanvietettä myös leluteollisuuden ulkopuolella. Www-sivuilla nukelle tuotetaan ja jaetaan mitä moninaisempia alter egoja alkoholisti- ja narkomaani-Barbieista eksoottisiin tanssijoihin, Xena- sekä ”lasikatto-Barbieen” (mukana yrityksen hallituksen kokoushuone, tusina identtistä miespuolista hallituksen jäsentä sekä kahvinkeitin).⁶⁷ Vaihtoehtoisten identiteettien toistuva idea on Mattelin sallimien hahmojen kääntöpuolen – työväenluokkaisen, työttömän, syrjinnästä ja riippuvaisuuksista kärsivän tai fyysisesti vajavaisen Barbien – artikuloiminen. Kuten edellä on toistuvasti esitetty, muutkin kuin lapset viihtyvät Barbien parissa. Tyypillisen keräilijän määrittelemisen on yhtä vaikeaa kuin tyypillisen nukella leikkivän lapsen kuvaaminen.⁶⁸ Vastaavasti keräilijöiden Barbietä kohtaan tuntemaa kiinnostusta, nukkeen liitettäviä luentoja ja merkityksiä, on yhtä hankala naulata paikoilleen kuin nukella leikittäviä leikkejä. Tällaista tyypittelyä ei voida tehdä päätyttä yksinkertaistuksiin, joista puuttuu kunnioitus sekä tutkimuksen kohteena olevia ilmiöitä että ihmisiä kohtaan.

⁶² Jackie Stacey, *Star Gazing: Hollywood Cinema and Female Spectatorship*. London and New York: Routledge 1994, 159-168.

⁶³ Rogers 1999, 3. Nukkeen samastumisesta ks. *Ibid.*, 6.

⁶⁴ Narratiivien avoimuudesta ks. Rand 1995, 23-92. Barbien avoimuudesta ja nukken myönteisistä luennoista ks. Deb Moore-Henecke, ”Rethinking Barbie”. *Images* 4, 1997. <http://www.imagesjournal.com/issue04/features/barbie.htm>

⁶⁵ Rand 1995, 8-9, 49.

⁶⁶ Rand 1995, 40-41, 61-62, 67.

⁶⁷ Barbille on kuviteltu vaihtoehtoisia identiteettejä mm. seuraavilla [www-sivuilla](http://www.ucs.usl.edu/~wef0302/barbie.html): <http://www.ucs.usl.edu/~wef0302/barbie.html>, <http://members.aol.com/cyberyort/humor/lists/02.html>, <http://incolor.inetneb.com/kramsey/classic/barbie.htm>, http://www.rit.edu/~tpw4968/WhatToDo/wtd6_03.html, <http://www.mit.edu:8001/activities/voodoo/is764/barbie.html>

⁶⁸ Rand 1995, 18-19; Rogers 1999, 75-85.

⁶⁹ Barbiesta "pahana tyttönä" ks. Attfield 1996, 86.

⁷⁰ Rogers 1999, 4, 29.

Vaihtoehtoisen Barbien kuvittelu ei ole suinkaan vain aikuisten ajanvietettä, vaan myösnukella leikkiminen voi merkitä "vastakarvaan leikkimistä" kaljupäisiksi leikatuilla nukeilla, riisumalla tai ristiinpukemalla nukkeja, antamalla Barbielle roiston roolin tai esittämällä sen yliviritteisen seksuaalisena, emansipoituneena, hallitsemattomana.⁶⁹ Barbien ympärille kietoutuukin sekä intentionaalisia että sattumanvaraisia toisinluentoja, haparoivia performansseja ja suunniteltuja toisin esittämisen operaatioita. Nukkea ei tulisi määritellä ja tutkia vain Mattelin strategioiden näkökulmasta, sillä vaikka ne jäsentävätkin tapoja ymmärtää Barbie, nukke saa sisältöä myös "käyttäjien unelmista, muistoista ja kokemuksista".⁷⁰

Barbie voi puhua niin markkinakapitalismin, pornoteollisuuden, ikään-tyvän ranskalaisfetisistin, kulttuuriaktivistin, ristiinpukeutujan kuin suosittun teinityönkin suulla. Se, mitä Barbie oikeastaan sanoo, riippuu paitsi siitä, kuka esittää vaateita nuken allekirjoitukseen, myös Barbien nimissä esitettyjen lausumien luennoista.