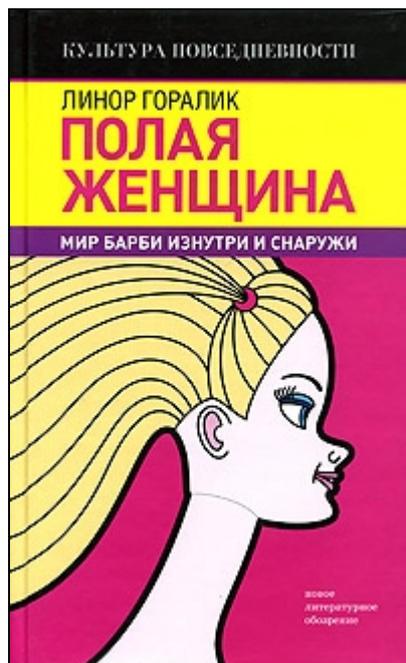


Линор Горалик

ПОЛАЯ ЖЕНЩИНА

Мир Барби изнутри и снаружи



Серия: Культура повседневности
Издательство: Новое литературное обозрение
2005 г.

С первых дней своего существования Барби стала восприниматься как социокультурный феномен. В ее игрушечном мире нашли отражение такие проблемы реального общества, как эмансипация, семейные отношения, сексуальные нормы, карьера, политкорректность и многие другие. В ходе жарких споров сторонники и противники куклы, сами того не замечая, создали целую мифологию Барби.

В книге исследуется не только история самой куклы, но и особенности ее восприятия обществом. Линор Горалик показывает, как за сорок с лишним лет Барби стала по сути зеркалом западной цивилизации. Столь полное и обстоятельное исследование феномена Барби выходит на русском языке впервые.

[От автора](#)

○ [Часть I. МИР ДО БАРБИ](#)

[Глава 1. НЕЖНОЕ ИДОЛИЩЕ: ИСТОРИЯ КУКОЛ](#)

[Глава 2. ИГРЫ С ИСТОРИЕЙ: ПРЕДТЕЧИ БАРБИ](#)

○ [Часть II. МИР БАРБИ](#)

[Глава 3. ПРЕКРАСНЫЙ ЛИК И ГОЛОС ДИВНЫЙ: ИЗМЕНЕНИЯ ВНЕШНОСТИ БАРБИ](#)

[Глава 4. ПОВЕЛИТЕЛЬНИЦА МУХ: ОКРУЖЕНИЕ БАРБИ](#)

[Глава 5. "ОН ПРОСТО КУКОЛКА!": БАРБИ И КЕН](#)

[Глава 6. БРАК ПО РАСЧЕТУ: ПАРНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В МИРЕ БАРБИ](#)

[Глава 7. ТОНЕНЬКАЯ ЮБОЧКА, ЛЕНТОЧКА В КОСЕ: БАРБИ И МОДА](#)

[Глава 8. КОРОБОЧКА ДЛЯ КУКОЛЬНЫХ ПЕРЧАТОК: АКСЕССУАРЫ БАРБИ](#)

[Глава 9. ДЕВУШКИ МОГУТ ВСЕ: ЗАНЯТИЯ И ПРОФЕССИИ БАРБИ](#)

○ [Часть III. МИР ВОКРУГ БАРБИ](#)

[Глава 10. ЗЕРКАЛО КУЛЬТУРНОЙ РЕВОЛЮЦИИ: БАРБИ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ СИМВОЛ](#)

[Глава 11. "БАБУШЕК ДВЕ, А ВОТ БАРБИ — ОДНА!": БАРБИ В ЖИЗНИ ДЕВОЧЕК](#)

[Глава 12. ДУСЯ-АГРЕГАТ: БАРБИ И ГЕНДЕРНОЕ ВОСПИТАНИЕ](#)

[Глава 13. СУПЕРШЛЮХА: БАРБИ И СЕКС](#)

[Глава 14. УБИТЬ ПЕРЕСМЕШНИЦУ: НАРОД ПРОТИВ КУКЛЫ БАРБИ](#)

[Глава 15. "GOTTA HAVE THEM ALL": КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЕ БАРБИ](#)

[Глава 16. ГРОШОВАЯ ГАЛАТЕЯ: БАРБИ И ИСКУССТВО](#)

○ [Часть IV. БАРБИ В РОССИИ](#)

[Глава 17. ОДНА ШЕСТАЯ ЧАСТЬ БАРБИ](#)

[Символ нашего времени](#)

Моим родителям, создавшим для меня золотое детство, пусть и без Барби

— Вам для чего эта коробочка? — вполголоса спросил Никита.

— Это коробочка для кукольных перчаток, — ответила Лиля серьезно, — вы мальчик, вы этого не поймете.

А.Н. Толстой "Детство Никиты"

— Хочу быть Барби. У этой сучки есть ВСЕ!

Табличка на заднем стекле старенького автомобиля

От автора

Насколько я могу судить, это — первая исследовательская книга о Барби, написанная на русском языке. На протяжении полутора лет работы над "Полой женщиной..." меня не раз посещало опасение, что затеянный проект мне не по зубам — уж очень обширной оказалась тема. Основную трудность, видится мне теперь, составляло не только и не столько обилие материала о Барби, требующего систематизации, сколько разнообразие форм ее присутствия в современном мире. Стоило задуматься о любой вариации куклы, о любом ее мало-мальски значительном качестве, как волей-неволей начинал разматываться клубок совершенно не игрушечных тем: общество потребления, гендерное самоопределение, глобализм, этническая и расовая рознь, современная педагогика, неполные семьи, восприятие поп-культуры, социализация личности, страх смерти, — словом, все, что на сегодняшний день образует круг наиболее актуальных и наиболее болезненных проблем человеческого общества. История профессий, которыми на протяжении сорока шести лет «овладевала» Барби, оборачивается историей женского трудового движения, о появлении Lingerie Barbie — "Барби в нижнем белье" — невозможно говорить, не касаясь темы сексуальной либерализации, с одной стороны, и законов конъюнктуры на рынке детских товаров — с другой. Говоря о "Бодрой Бекки" — подружке Барби, проводящей свою жизнь в инвалидной коляске, — волей-неволей приходится касаться такой тяжелой темы, как двойственное отношение к инвалидам в западном обществе. Я не знаю ни одной игрушки, которая заставляла бы любого заинтересовавшегося ею человека размышлять о стольких сложных, болезненных и очень взрослых вещах.

Такая интегрированность Барби во взрослый мир сильно затрудняет исследование; она требует все время поступаться одними феноменами ради разбора других и подразумевает постоянный страх автора упустить что-нибудь крайне значительное, увлекшись в силу личных интересов и склонностей какими-то отдельными аспектами. Но в то же время именно она, эта интегрированность, делает Барби бесценным объектом для исследования, более того — объектом, вызывающим к исследованию, объектом, требующим внимания и понимания в качестве если не ключа к целому ряду проблем, то хотя бы дверного глазка, позволяющего взглянуть на современную нам цивилизацию с высоты двенадцатидюймового кукольного роста.

Читая статьи о Барби, «тусуясь» на форумах фанатов и ненавистников этой куклы, беседуя о ней со знакомыми, я все время сталкиваюсь с чужой и собственной манерой говорить о Барби как о живом человеке. "Она считает себя...", "Она ведет себя, как...", "Ее друг Кен имеет привычку...". Это вполне свойственно нам и при беседе о других антропоморфных, но не живых существах (скажем, литературных героях), но «жизнь» Барби, т. е. та картина жизни, которую наблюдает человек, вовлеченный в «мир» Барби, настолько полна и разнообразна, что наши проекции оказываются захватывающе непосредственными. Другая особенность дискурса, возникающего при обсуждении Барби, — двойственность восприятия этой куклы, существующая из-за зазора между «детской» и «взрослой» составляющими ее бытования. На протяжении всей книги я буду еще очень много говорить о двойных посылах во всем, что связано с Барби, но этот наиболее, на мой взгляд, значительный и наиболее очевидный. Я, естественно, пыталась писать о Барби с позиций "взрослого человека", т. е. с позиции того, для кого эта маленькая пластиковая красавица не непосредственный

товарищ по играм, а социально-культурный феномен. Но из этой позиции я все-таки пыталась рассуждать о том, что мне заведомо недоступно, — о восприятии Барби глазами тех, кому она преподносится в подарок и кто сажает ее на горшок, катает верхом на кошке, переодевает из принцессы в ветеринара и считается с ее мнением по самым разным вопросам его собственной, очень юной жизни. И, отдавая себе отчет в этой двойственности, я просила бы и тех, кто читает эту книгу, все время помнить: мы ничего на самом деле не знаем о том, какой видят Барби те, кого мы пытаемся то защищать от ужасного влияния "пластиковой шлюхи", то задаривать все новыми и новыми копиями этой "удивительной куклы, любимицы всех девочек мира".

Феномен Барби был создан не компанией «Маттел», всего-навсего решившей в 1959 году предложить маленьким девочкам «взрослую» куклу с тремя сменными костюмчиками, а всеми теми, кто с первого дня существования этой куклы говорил о ней не как о детской игрушке, а как о живом человеке и как о социальной проблеме. В 1959 году журналисты называли Барби "пугающей и развратной", изумительно наглядно демонстрируя тот механизм «анимирования», одушевления, который вообще свойствен людям, ведущим речь о куклах. Несколько месяцев назад, когда Барби после сорока двух лет брака разошлась с Кеном, «Маттел» прокомментировала эту ситуацию так: "Они останутся друзьями, но устали друг от друга и собираются исследовать новые горизонты". Чтобы понять, как устроен феномен Барби, достаточно сравнить это округло-позитивное высказывание с тем многодневным шквалом эмоций, который захлестнул прессу и интернет вследствие такого, казалось бы, малозначительного события. Ни одно мало-мальски уважающее себя издание — от "Нью-Йорк Таймс" и «Коммерсанта» до «Sun» и "Московского комсомольца" — не преминуло написать кто заметочку, а кто и полновесную статью о распаде "самой звездной пары века", по выражению одного из коллекционеров Барби на известном интернет-форуме. Высказывались любые мнения — от феминистских восторгов по поводу «освобождения» бедной рабыни до христианского негодования по поводу ужасного примера, который этот развод подает детям. Компания «Маттел» не приложила к этим публикациям руки — все сделали мы сами. На протяжении сорока шести лет происходил удивительный процесс: «Маттел» всего-навсего выпускала разодетых куколок, прилагая к ним максимально нейтральные, монашески-возвышенные описания. Остальной мир достраивал, придумывал, проецировал, вчитывал, интерпретировал — и в ответ ненавидел, соперничал, протестовал, запрещал, боролся и мучился. Я была по-своему рада, когда и «Маттел», и ее представитель в России — компания "Мир Барби" без объяснения причин отказались сотрудничать с издательством «НЛО» при написании этой книги. С одной стороны, это лишило меня большого корпуса материалов, не позволило включить в книгу главы о финансовых аспектах мира Барби, наверняка привело к целому ряду неточностей; но, с другой стороны, я получила возможность писать книгу не о том, какой задумывали куклу ее создатели и какой они видят ее сейчас, а о том, какой видим ее мы, люди, не вовлеченные напрямую в процесс создания мира Барби, но формирующие его по собственному образу и подобию.

Я считаю возможным воспринимать Барби как своего рода зеркало западной цивилизации, причем зеркало с неожиданной, но очень полезной кривинкой: цивилизация эта отражается в нем, как если бы она была кукольной. Это не пустой каламбур: в зеркале Барби наш мир выглядит так, как его видит, скажем, главный герой в фильме "Шоу Трумана" — до катастрофы, приведшей его к бегству из гламурной действительности. Мир Барби — это наш мир, каким бы он был, будь мы куклами — существами, лишенными в равной мере сомнений и недостатков. И там, где Барби вызывает у нас раздражение, мы можем твердо говорить себе: мы проецируем на нее свои проблемы. Дело не в ней, дело в нас. Это мы раздражаем себя своим навязчивым следованием моде, или карьеризмом, или беспокойством о собственной внешности, или тем, как мы строим семейные отношения, или, наконец, тем, какие игрушки мы выбираем для своих детей. Это наш мир отражается в безопасном небьющемся зеркале ее крошечного розового трюмо; в том, что он не нравится нам, мы можем винить только самих себя.

В результате я сдаю рукопись в редакцию с ощущением, что "Полоя женщина..." — не исследование о Барби, а в какой-то мере сборник мыслей по поводу той цивилизации, которая способна сотворить себе кумира из маленькой пластмассовой куклы и так сложно, так противоречиво и запутанно построить собственные отношения с этим кумиром. О Барби выходили десятки книг, но мне не удалось найти исследование, целиком посвященное Барби именно как социокультурному феномену. Я не льщу себя мыслью, что мне удалось написать именно такую книгу, но сам подход кажется мне важным, и, возможно, попытка выбрать именно этот путь будет служить некоторым оправданием очевидным недостаткам "Полой женщины..."

Первая часть "Полой женщины..." называется "Мир До Барби": в ней делается попытка бегло рассказать об истории кукол вообще, о том, что они значили и значат для нашей цивилизации, о том, почему именно кукла оказалась способна так прочно завоевать мир, и о том, как сумела переосознать

прошлое «мама» Барби Рут Хендлер, чтобы создать один из самых поразительных феноменов за всю историю игрушек. Я буду часто ссылаться на эту информацию в других частях книги. Вторая часть "Полой женщины..." — "Мир Барби" — рассказывает о самой кукле: ее устройстве, образе жизни, нарядах, привычках, характере, внешности, истории — словом, о всем том, что составляет образ Барби. И наконец, в третьей части — "Мир вокруг Барби" — я пытаюсь говорить целиком и исключительно о нас, о людях, играющих с куклой, собирающих ее, ненавидящих ее, использующих ее в своих целях, молящихся на нее, боящихся ее, дружащих с ней, т. е. о том, что, как мне кажется, и создало "феномен Барби", процветающий по сей день.

Ругать Барби, обвиняя ее во всех смертных грехах плюс в разложении нравов и способствовании закату цивилизации, считается в определенном кругу хорошим тоном. Но читая и слушая высказывания об этой кукле самых разных людей, я часто думала: "Если бы с Барби все обстояло так плохо, как говорит один автор, то за 46 лет нашего знакомства с ней при масштабах ее популярности цивилизация давно скатилась бы в тартарары; а если бы с ней все было так хорошо, как пишет его коллега, человечество давно забрали бы живьем на небо". Мне хотелось бы, чтобы читатель этой книги исходил из простой предпосылки: дела с Барби обстоят не хорошо и не плохо, они обстоят сложно. И именно эта сложность, неоднозначность, постоянная двойственность посыла, как мне видится, делает Барби ценнейшим объектом для исследования.

Часть I. МИР ДО БАРБИ

Глава 1. НЕЖНОЕ ИДОЛИЩЕ: ИСТОРИЯ КУКОЛ

Отправную точку разговора о Барби, т. е. ту точку, начиная с которой можно было рассматривать предтечи, сделавшие возможным появление нашей девочки, обнаружить на исторической шкале довольно трудно. Девочка наша родилась в 1956 году; можно было бы начать с дня рождения ее «матери», немецкой виниловой шлюшки по имени Лилли. Но и Лилли возникла не случайно — говоря о ней, необходимо вспомнить и о традиции «взрослых» кукол, бытовавшей на тот момент, и о традиции существования таких кукол на протяжении веков в целом. Тогда невозможно уклониться от разговора о появлении первых кукол-детей, что отбрасывает нас в конец XVIII века, и о том, почему они не возникли раньше, что заставляет вернуться к XVI–XVII векам. Но и там волей-неволей приходится покопаться в традиции существования fashion dolls — а ей больше семи столетий — и поинтересоваться, как куклы вообще стали игрушками, поскольку изначально они служили по большей части очень взрослым задачам.

Чем больше я читала об истории игрушек, в частности и об истории детства в целом, тем лучше понимала, насколько неверным оказывается при внимательном рассмотрении известный тезис, часто вытекающий из поверхностных попыток объяснить феномен успеха Барби. Этот тезис формулируется по-разному, но главная мысль всегда одна: секретом создателей Барби было их беспрецедентное новаторство. Они придумали взрослую куклу среди надоевших маленьким девочкам пустоглазых лялек; они решили сшить для нее тысячи нарядов, заставляя покупателей коллекционировать огромные гардеробы; они сообразили, что кукле можно приписывать те или иные актуальные профессии; они догадались создать для нее семью и друзей, чтобы поклонники покупали не одну куклу, а десятки приятелей и приятельниц Барби; и дальше на каждом шагу восторги по поводу способности компании «Маттел» изобрести, придумать, создать, нащупать, угадать — и снять сливки. На самом же деле, видится мне, восторг в адрес производителей куклы должен относиться к совершенно обратному явлению, а именно к их способности уникальным образом переработать, переосмыслить и использовать традицию, веками существовавшую в истории кукол в частности и в истории игрушек вообще. Та самая новация, которой справедливо гордится компания, лежит не в области «изобретения» самой Барби и других весьма успешных проектов, а в области маркетинга — так, «Маттел» была одной из первых компаний, сумевших увидеть в детях самостоятельную группу покупателей и оценить рекламные возможности телевидения, рассчитанного на эту аудиторию. Именно маркетинговый гений позволил компании создать мир, где мордочка Барби по опросам, проводившимся в середине 90-х годов, оказалась самым узнаваемым лицом на планете. Сама Барби, ее бесконечные наряды, профессии и друзья, ее способность ходить и разговаривать, наличие у нее социальной позиции — все это результат кропотливого поиска подходящего материала в истории игр и игрушек, реанимация многих давно забытых приемов, забав и кунштюков, которые при правильной

подаче по-прежнему способны вызывать восторг и ужас у детей и взрослых. Создатели Барби заслуживают восхищения как этим кропотливым, хотя и нигде не заявленным вниманием к прошлому, так и способностью сварить подобный соус, постоянно добавляя в новое варево одну ложку прежнего, как делают хозяева маленького ресторана в Болонье, на вывеске которого указано: "Мы варим наш знаменитый суп с 1886 года!" Компания-производитель Барби варит свой знаменитый суп с 1956 года, и в первую его порцию была плюхнута хорошая поварешка старой доброй традиции.

Хочется, конечно, написать: "Куклы существовали столько, сколько существовало человечество", — но поручиться за достоверность такой фразы никто не может: кукол редко делали из прочных материалов, да и особой ценностью они, за редкими исключениями, не считались, и поэтому древних образцов сохранилось мало. Самым ранним, насколько мне известно, считается фрагмент куклы с подвижными руками и ногами, относящийся к вавилонскому периоду; но логика заставляет думать, что фигурки, слепленные, сплетенные, вырезанные из дерева и камня по образу и подобию человека, существовали и раньше. С другой стороны, мне кажется, что считать саму идею куклы настолько простой и очевидной, чтобы относить ее к категории базовых бытовых объектов, сопровождавших человечество с его, условно говоря, первых шагов, было бы наивно. Осмысленное создание артефакта, не имеющего немедленного прикладного характера, требовало немалого уровня развития само по себе, но рукотворное создание образа, подражающего природному, а тем более образа, имевшего культовое значение (большинство теорий сходятся на том, что фигурки людей, животных, птиц, рыб и т. п. изначально создавались ни в коем случае не из игровых, а именно из оккультных соображений), требовало способности к абстрактному мышлению, к сложным ассоциативным ходам, к серьезно развитой фантазии. Само возникновение куклы кажется мне достижением человечества, важным этапом его развития. Животные знают только один способ создавать себе подобных; у нас же существуют глина, пластик, стекло и собственное воображение, способное назвать веник «Маней», определить у него «голову» и «ноги» и сделать его своим главным доверенным лицом на все дачное лето.

Для меня очень важной является моя собственная убежденность в том, что наши отношения с куклами не слишком просты по сей день. Эволюция кукол видится мне эволюцией отношений человека с окружающим миром, с собой и с понятием «человек» в целом. При всей абсолютной обыденности кукол в окружающем нас мире, при всем их исключительном разнообразии мы продолжаем видеть в кукле в первую очередь то, что видел в незапамятные времена дикарь, едва научившийся разводить огонь, но уже способный смастерить из веток и грязи нелепое существо с головой и ногами, чтобы положить его на месте захоронения брата по племени: мы видим «персону». Это происходит вне зависимости от нашего возраста и вне зависимости от типа куклы. Именно этим фактором пользуются детские психологи, давая ребенку куклу и наблюдая за процессом игры; именно этим фактом пользуются художники, ставя кукол под гитлеровское приветствие или на четвереньки; и именно этим фактором пользуются создатели всех кукол мира — и особенно создатели куклы Барби, — наделяя их индивидуальностью (тем, что на английском так удачно называется *identity* — уникальными качествами, свойственными только данной личности), заставляя покупателя и поклонника воспринимать двух абсолютно идентичных пластиковых кукол как двух разных персонажей: "Малибу Барби" в полосатом купальнике оказывается совсем другой куклой, нежели «Барби-Балерина» в голубой пачке. Когда на сайтах поклонников Барби читаешь истории об отношении девочек со своими куклами, иногда обнаруживаешь уровень такой персонализации, «одушевления» Барби, что волосы встают дыбом ("Я всегда спрашиваю у нее совета, как одеваться на то или иное мероприятие..."), пока не вспомнишь все тот же веник по имени Маня и не подумаешь, что, может, у этих девочек все не так уж и плохо с головой.

Английское слово *doll*, по наиболее распространенной версии, происходит от греческого *eidolon* — идол. Первый этап отношений человека и куклы — этап идолов. Мысль о том, чтобы завернуть ее, скажем, в половую тряпку и попытаться сделать "кошкиной дочкой", или о том, чтобы отвертеть ей голову и посмотреть, что внутри, или о том, чтобы, скажем, сунуть ее головой в унитаз в процессе игры в русалочку, показалась бы V–VI веках до н. э. такой же кощунственной, какой кощунственной нам показалась бы мысль проделать сегодня все то же самое с живым младенцем. Кстати, с живыми младенцами дела тогда обстояли совершенно иначе: младенец, по большей части, создавался без умысла, ценности собой, за редким исключением, не представлял, и его вполне могли принести в жертву богам, старшим членам семьи или духам умерших предков. Кукла же делалась с умыслом и воплощала важную оккультную идею: в ней мог жить тот же дух умершего предка, или, наоборот, в него живой мог временно помещать свою душу, когда ей грозила опасность — скажем, во время болезни или перед войной, — и сунуть такую куклу куда бы то ни было головой показалось бы, мягко говоря, жестом странным и неразумным. На эту тему можно рассуждать долго, вспоминая и тех кукол, которыми злые феи подменяли украденного из колыбельки малыша, и кукол, которых татары

хоронили во время тяжелой болезни, чтобы обмануть смерть, и «колоду» — полено в женских одеждах, приносимую в жертву славянским богам вместо живой молодежи. Идею самостоятельной воли, злого или доброго «духа» в тельце куклы все еще воплощают сегодняшние куклы-берегини, а способность куклы «подменять» человека мы видим в огромном количестве сохранившихся по сей день языческих обрядах: Дуню-Масленицу все-таки сжигают не просто так; модные же в качестве политического жеста линчевания чучел двадцать-тридцать лет назад заставляли содрогнуться перед дикарской, языческой чистотой жеста, которой могут позавидовать самые рьяные последователи вуду. Да и куклы-идолы — в полном смысле слова — по-прежнему существуют, причем не где-нибудь в диких племенах, а в каждом европейском городе, да что там — едва ли не в каждом квартале. Даже неловкое прикосновение к этим прекрасно выполненным, ярким, запоминающимся крестуррам оказывается кощунством. Я говорю не о куклах, имеющих "сентиментальную ценность" для их владельцев, и даже не о куклах вуду — лучших напоминаниях о том, с чего начинались отношения человека с его образом и подобием, но о фигурках христианских святых. Будучи куклами по всем параметрам, они уж никоим образом не предназначены для свободного обхождения, и даже, по признанию одной моей собеседницы, "пыль с них смахивать как-то неловко". Они — идолы, куклы, воплощающие абстрактнейшую и сложнейшую из идей. Упростив ситуацию, можно утверждать, что мы имеем дело просто с кусочком дерева или пластика, цена которого указана на чеке, а земное происхождение подтверждается фабричным клеймом на подставке. И все же мы сами, собственным воображением придали этой кукле сложный набор качеств, и даже если завернуть ее в целлофан и на десятки лет поставить в подвале церкви дожидаться лучших времен, мы, сняв покровы, снова увидим перед собой не куклу, но Деву Марию. Однако попади она в руки людей, не знакомых с символами христианства, — и через десять дней на голове у нее будет красоваться соломенная шляпка, в молитвенно сложенных руках возникнет одуванчик, а скорбные губы будут подведены маминой помадой — кукла как кукла. Именно эта способность наделять куклу человеческими качествами и создает всю нашу историю отношений с куклами, более того — объясняет сам факт их существования, саму степень их значимости в нашей жизни.

Вопрос о том, когда куклы стали игрушками, продолжает оставаться спорным. Для меня, например, вообще не очевидно, что они ими стали, — ну, по крайней мере, что они стали ими окончательно, совсем прекратили быть «идолами», существами, наделенными человеческими качествами. Общение с взрослыми фанатами Барби и наблюдение за играющими с тряпичными самодельными куклами маленькими деревенскими девочками заставляет сильно усомниться в подобном тезисе. Поэтому мне кажется уместным ставить вопрос иначе: когда люди стали создавать кукол, не имея в виду изначально придать им то или иное сакральное значение, когда кукла превратилась в «болванку», которой ребенок имеет право придавать значение сам, делая ее то мамой, то ангелом, то девочкой из соседнего дома, то суперменом, то самим собой? Шлиман, раскапывая Трою, нашел множество куколок — они лежали вперемешку с другими детскими вещами и позволяли думать, что действительно предназначались для игры. Считающаяся игрушкой тряпичная кукла из Британского музея датируется III веком до н. э. Самой древней куклой, обнаруженной на сегодняшний день, считается найденная в гробнице маленького египетского фараона фигурка возрастом 4000 лет. Но намеренное отсутствие у нее ног, чтобы кукла не убежала, и очень странно выполненная голова, напоминающая о бытовавшей у многих народов традиции делать безликих кукол, чтобы в них не вселился злой дух, позволяют заподозрить, что эта антропоморфная фигурка предназначалась не столько для игры на том свете, сколько для оказания каких-нибудь более сложных услуг маленькой отлетевшей душе.

Однако большинство источников все-таки сходится на том, что в последние три тысячи лет в цивилизованном мире куклы очень часто делались для детской забавы. Но и тут дело, по большому счету, было нечисто: например, в Древней Греции девочки с наступлением пубертата должны были посвящать своих кукол Венере — таким образом, очевидно, немедленно переводя их из категории «игрушки» в категорию символа — себя, маленькой девочки, теперь вступающей в область жизни, которой правит богиня плодородия, размножения и любви. Потеря куклы, отдача ее чужому человеку, вынос из дому, по мнению европейцев, могли накликают несчастье — настолько сильно кукла, пусть даже игровая, связывалась с персонами ее хозяев. Оскорбление, нанесенное кукле, у некоторых славянских народов расценивалось как оскорбление, нанесенное лично ее хозяйке.

Возможно, это было одной из причин, по которым достоверность, реалистичность изображения исключительно высоко ценилась в куклах. Сходство с живым человеком старались придать вышивкой или росписью лица, имитацией человеческой фигуры, созданием подвижных конечностей. Первые куклы с руками и ногами на глиняных шарнирах относятся к началу древнеримской эпохи. Некоторые из них тонкой лепкой лица, большой грудью и способностью «двигаться» даже визуально удивительно напоминают Барби. Особая тонкость ваения часто не допускалась материалом — все-таки

подавляющее большинство кукол до индустриальной революции девочки или их матери делали вручную, из соломы, опилок, тряпок и прочих подножных средств — и «достоверность» такой домашней куклы восполнялась исключительной проработанностью костюма и того, что теперь называется «аксессуарами», т. е. маленьких вещичек, дополняющих образ куклы: сумок, домашней утвари, бижутерии, предметов туалета. Здесь уж предела мастерству и фантазии не было, и куклы нередко поражали полнотой имитации костюма и элементов повседневной жизни. Например, уже в 1870-е годы французский кукольник Фернанд Готье создавал для своих маленьких красавиц удивительно «живых» собачек. Другие мастера снабжали своих кукол гигиеническими принадлежностями, мылом, настоящими щипчиками для завивки волос — их можно было разогреть на углях и использовать, если ваша кукла носила парик из натурального материала. Тот же Готье продавал крошечное кукольное домино, а его записные кокетки являлись на бал не просто разрядившись в пух и прах, но и элегантно подвязав к руке блокнотик для записи танцев; куклы от Rock&Granner читали миниатюрные газеты за прекрасно накрытым завтраком.

К сожалению, именно костюм и аксессуары, как показывает история, всегда являлись самой хрупкой частью куклы: и без того постоянно подверженный внешним воздействиям костюм куклы сам по себе становился важнейшим элементом детской игры и постоянно претерпевал изменения: его то снимали, то переделывали, чтобы лучше разыграть ту или иную ситуацию, то пытались надеть на другую куклу, — и в результате от костюма часто за полгода-год оставались рожки да ножки, в то время как сама кукла могла служить девочке годами, нося тряпье либо получая время от времени новый костюм, но чаще всего просто облекаясь в подвязанные куски ткани вместо тщательно и продуманно сшитого изначального наряда. По сей день коллекционеры превыше всего ценят наличие у куклы оригинального костюма, и это, безусловно, относится к Барби с ее миллиардами переодеваний. Если бы одежды кукол всегда сохранялись, множество загадок истории — в том числе совсем не игрушечных — не были бы загадками на сегодняшний день.

Антропоморфность кукол не была единственным объяснением этого стремления их создателей к реалистичности — игрушка всегда, во все эпохи отражала окружающую реальность. От оловянных солдатиков до «Монополии», от Петрушки до GI Joe — все это использовалось ребенком (а иногда и играющим взрослым) для личного проживания событий, происходящих во взрослом мире, — будь то война, развод родителей, Карибский кризис или приезд "скорой помощи" в соседний дом. Это особенно заметно в последние годы, когда в плане реалистичности рынок игрушек фактически раскололся пополам. С одной стороны, стоит наша девочка Барби с ее гиперимитацией современной жизни — от костюмов Армани до настоящей электрической плиты размером с сигаретную пачку; новейшее огнестрельное оружие в детском безобидном варианте; куклы-младенцы, способные есть с ложечки, кричать по часам и пачкать подгузники, плюшевые животные, пугающе похожие на настоящих, и наборы "Юный медик" с только что не настоящими одноразовыми шприцами; с другой — бесконечные порождения комиксов и аниме, существа, главная ценность которых заключается именно в их ирреальности, непохожести на что бы то ни было живое. Даже антропоморфные красавицы с глазами в пол-лица и эльфийскими крыльями так же мало претендуют на реалистичность, как и Tickle-Me-Elmo — прелестный большеротый идиотик с клочковатой шерстью, гуманоид неопределимой расы, хихикающий, если почесать его бочок, и сумевший заставить пресыщенную американскую публику выстаивать получасовые очереди в магазинах игрушек под Рождество 1998 года.

Об Elmo восторженно писали, что это первая игрушка, умеющая реагировать на прикосновение ребенка: не на нажатие кнопки в животе и перекидывание туда-сюда, а на естественный жест — поглаживание, объятие. Восторги следовало отнести за счет соответствия такого подхода современным методам воспитания, учащих, помимо всего прочего, давать ребенку как можно больше тактильной ласки, обеспечивать свободу физического выражения эмоций в объятии, в поцелуе, в том, чтобы носить ребенка на руках или держать за руку, но не с целью волочь за собой по улице, а с целью дать ощущение поддержки и опоры. Меня Elmo заставил лишний раз вспомнить о том, насколько тесно переплетена история игрушек и история воспитания ребенка. Лучшей иллюстрацией этой переплетенности является, на мой взгляд, история игрушек в Америке со времен прибытия европейцев на материк. Первые пуритане считали, что игра есть «бесполезное» и «непрактичное» занятие; детям были запрещены какие бы то ни было развлечения, и целенаправленно созданные игрушки фактически отсутствовали в этом мире. Дети сами тайком создавали куколок из тряпки и веревки или мячи, набитые мелкой стружкой, — эти игрушки приходилось прятать от взрослых под страхом серьезного телесного наказания. Когда нравы смягчились и детям разрешили играть хотя бы по воскресеньям, существовало мнение, что игрушки должны быть «высокоморальными». Ребенку могли подарить искусно выполненный Ноев ковчег со ста парами тварей, но за мысль поиграть с этими тварями в бродячий цирк можно было схлопотать розгой: разрешалось только разыгрывать сцену создания

ковчег и восхождения на него. Дети считались исчадиями ада, и взрослые не сомневались, что воспитывать ребенка означало выбивать из него врожденные сатанинские наклонности, первородную греховность: любое проявление свободы воли виделось признаком возобладания дьявола над маленькой душой. Детские книги того времени, рассчитанные на 5 — 8-летнего читателя (а скорее, слушателя), хорошо иллюстрируют ситуацию: "Расплата за грехи", "Маленькие чревоугодники", "Чистое зло", "Отправка в ад" и "Опасная игра" запугивали детей до судорог, до ночных кошмаров, в свою очередь считавшихся домогательствами со стороны дьявола и лечившихся поркой. На протяжении многих веков взрослым совершенно не приходило в голову, что игрушки должны хоть как-то соответствовать наклонностям ребенка: очень часто девочка получала в подарок куклу, которую ей тут же запрещалось трогать руками, чтобы не испортить. В соответствии с тем как проходила эволюция теорий воспитания, проходила и эволюция представлений о детской игрушке. Игрушки по-прежнему носили «воспитательный» характер, но уже не боролись с врожденным грехом в ребенке, а защищали его врожденную же невинность (на мой взгляд, один из самых занимательных вывертов христианского мировоззрения) и готовили его к жизни во взрослом мире. Но все-таки вплоть до конца пятидесятых годов (Барби, вспомним, родилась в 1959-м) ребенок фактически не имел шансов самостоятельно выбирать игрушки себе по душе; только в начале второй половины XX века произошла семейная революция, приведшая к возникновению ребенка-покупателя и к так называемой последующей коммерциализации детства: у ребенка появились свои деньги. Причин тому было множество, но в качестве главной, видимо, следовало бы указать послевоенный восторг перед стабильностью 1950-х и глубокую убежденность родителей, что как мальчики, так и девочки должны с малых лет учиться узнавать цену деньгам. родители начали выдавать отпрыскам карманные деньги — с регулярностью крошечной зарплаты — и приучать ребенка к мысли, что за некоторые свои удовольствия он платит сам. Те из создателей игрушек, кто сумел оценить детей как новую покупательную силу, вырвались вперед на много, много лет. Среди них была и компания "Маттел".

Всю историю существования этой компании — и всю историю существования Барби — можно описать именно как историю изумительного рыночного чутья, гениальных маркетинговых стратегий и следования конъюнктуре, — следования до того бессовестного, что порой цинизм некоторых вариаций Барби заставляет разумного наблюдателя неловко поперхнуться. Ее производители всегда владели удивительным искусством лавировать между реальными запросами детей и представлениями родителей о том, какими эти запросы должны быть. Барби эволюционировала вместе с представлениями родителей о воспитании и вместе с возникновением класса детей-потребителей, самостоятельно выбирающих себе развлечения вне зависимости от полезности и ценности. Сегодня эта кукла полностью вписывается в современную концепцию воспитания, в идеале готовящую ребенка к высокой социальной адаптированности, гибкости, самостоятельности, карьерных достижений, «популярности», разыгрыванию сюжетов «успеха», и при этом вполне является, по мнению многих родителей, целомудренной воспитательной игрушкой, беспрецедентной "ролевой моделью" для маленьких девочек. Но в то же время Барби умудряется быть для тех же девочек объектом самых нецеломудренных проекций и самых дерзких фантазий о взрослой жизни, — фантазий, приводящих иногда к замечательным, а иногда и ко вполне печальным последствиям. Иногда мне кажется, что эта кукла вступает с маленькими девочками — ее обладательницами — в некий сложный заговор, скрытый от взрослых: давай отведем им глаза, пусть считают, что, купив меня в качестве «Барби-любит-фитнес», они привьют тебе любовь к здоровому образу жизни; лишь бы они оставили нас в покое, а уж тогда мы с тобой сами решим, чем себя занять.

Глава 2. **ИГРЫ С ИСТОРИЕЙ: ПРЕДТЕЧИ БАРБИ**

Такая близость Барби и ее маленьких подопечных, способность этой куклы так плотно входить в их мир, объясняется в первую очередь умением ее создателей черпать вдохновение в истории отношений девочек с их куклами. Само рождение этой куклы было результатом серьезного переосмысления того, что в 50-х годах — и даже раньше — предлагал девочкам создаваемый взрослыми кукольный рынок, и того, что сами дети в реальности хотели бы видеть в своей искусственной компаньонке. Чтобы понять феномен Барби нам, таким образом, придется проделать тот же самый путь, который проделала в свое время Рут Хендлер, и понять, что предшествовало возникновению "пластиковой принцессы".

В попытке понять истоки и предтечи феномена "этой сучки", глядя на историю кукол из бойницы розового замка Барби, наблюдатель не перестает дивиться уже упоминавшемуся мной факту: насколько все-таки мир Барби является квинтэссенцией нескольких последних веков этой истории и

как грамотно производители куклы сумели отобрать все наиболее привлекательное, наиболее занятное для своей целевой аудитории, т. е. не только для маленьких девочек, но и для взрослых коллекционеров. Любое серьезное явление в истории кукол, любой хоть сколько-нибудь популярный трюк повторен, а порой и десятикратно увеличен в мире Барби. Таким образом, попытка поиска предтеч Барби по большому счету оборачивается бесконечной игрой в узнавание, процессом составления детальной картины заимствований.

В этом процессе приходится начинать с самого главного момента, а именно с того, что Рут Хендлер — одна из первых владельцев компании, так называемая "мама Барби", посмела придумать «взрослую» куклу и предложить ее маленьким девочкам, до сих пор в качестве объектов игры располагавшим только пупсами и пучеглазыми малышами. Сама Хендлер повествовала о своей блестящей догадке следующим образом: ее осенило, когда она заметила, что ее маленькая дочь Барбара (в честь которой и была названа Барби) предпочитает куклам-детям игру с бумажными куклами, изображающими модно одетых дам. Барбара не просто меняла им наряды — ей нравилось заставлять эти фигурки играть взрослые роли, ходить на работу, принимать гостей, отправляться в путешествия и т. д. По словам Хендлер, именно тогда ей и пришло в голову нарушить все правила и создать куклу-даму (это сейчас Барби стала подростком; я еще буду много говорить об изменениях ее внешности в отдельной главе, но сейчас упомяну, что первая Барби с ее очень взрослыми прической и макияжем, не говоря уже о пресловутых пропорциях фигуры, о которых тоже пойдет речь, тянула на все тридцать). На самом же деле — что ничуть не умаляет гениального маркетингового чутья Хендлер — она осмелилась не произвести новацию, но вернуть традицию. Позже в некоторых интервью она даже признавалась, что иногда "брала то, что уже было популярным, и добавляла новое".

Испокон веков дети играли «взрослыми» куклами, т. е. куклами, изображавшими взрослых людей, чаще женщин, чем мужчин. Причин для такой традиции было не сколько: например, исторически сложившееся определенное безразличие к детям, существовавшее до самого позднего Средневековья, неспособность великого множества взрослых в западных культурах всерьез воспринимать ребенка и его мир как то, что заслуживает внимания и отображения. Другой причиной была причина педагогического характера. Как уже упоминалось, игрушки должны были готовить ребенка к будущей жизни, иметь воспитательный характер. Казалось бы, именно это делали куклы-дети нашего собственного детства — воспитывали в девочках "будущих матерей", как тогда любили говорить. Но следует помнить, что для маленькой девочки XVII, XVIII и даже начала XIX века (я особенно имею в виду девочек из хорошего общества, чьи родители могли в принципе позволить себе приобретение настоящих кукол, хотя и в плебейской среде дела обстояли ровно так же) задача "быть хорошей матерью" не стояла на повестке дня практически никогда. Едва ли не до середины XIX века рождение ребенка для низших слоев населения было скорее обузой; задачи воспитания фактически не стояли перед женщиной вообще; для высших же слоев дети очень часто становились придатком к собственной жизни, их воспитание сбрасывали на нянь и гувернеров, и мать, ожидая ребенка, думала не о том, что она сможет дать ему, но о том, что ребенок сможет дать ей: любовь, внимание, привязанность, нежность, которых ей самой так не хватало в детстве, а часто и в супружеской жизни. Юную леди никоим образом не учили быть матерью, наоборот, сама тема деторождения и воспитания потомства была покрыта единым ханжеским флером, и молодая мать могла только полагаться на собственное сердце — далеко не всегда бывшее лучшим из советников, и на подражание поступкам собственных родителей, так или иначе позволивших ей вырасти и составить себе «партию». Вот что на самом деле было главной задачей воспитания маленькой девочки в прежние времена: ее учили не сохранять семью, а обзаводиться семьей. Как правильно замечает Скарлет О'Хара, они не видели дальше алтаря; родители же, безусловно, старались привить своей дочери все навыки, необходимые для того, чтобы удачно появляться в свете: умение одеваться и хорошо выглядеть, сдержанность манер и положенную по статусу галантность. Эти задачи невозможно было выполнять при помощи куклы-младенца: зачем девочке возиться с младенцем? Даже ее собственными детьми будет заниматься няня. Важно было предоставить ребенку куклу-ролевою модель, способную стать невидимым ментором: ее костюмы, выражение лица, манеры должны были превратиться в образец для подражания; с ее помощью девочка в кругу подруг разыгрывала свои будущие светские роли. Ситуация изменилась только в середине XIX века, т. е. ровно тогда, когда женщины из обеспеченных классов стали все больше и больше времени уделять собственным детям и все яснее видеть роль матери как достойную внимания и требующую подготовки. Девочка, нянчащаяся с куклой-ребенком, подражала бы уже не няне, чью роль ей никогда не придется играть, но собственной матери, опекающей младших братьев и сестер; подобная картина стала выглядеть более чем уместно. Именно тогда и стали набирать популярность куклы-дети, создав основу тенденции, которая впоследствии захлестнула мир и существовала на протяжении почти ста лет. The French Bebe, производимые французскими кукольниками малыши, возникли в середине 1850-х и в ближайшие тридцать лет стали одной из самых

популярных игрушек в семьях аристократии и буржуазии. Дороже всех стоили знаменитые куклы изобретателя bebe Пьера Франко. Тогда же начали различать кукол-baby и кукол-toddler: под первыми подразумевалась имитация совсем маленького ребенка — сходство обеспечивалось согнутыми в коленях ногами; второе означало куклу-ребенка, только что начавшего ходить, — у нее были прямые ножки, но сильно развернутые тазобедренные «суставы». В 1866 году во Франции же была создана первая кукла, способная пить из бутылочки, — прообраз сегодняшних пугающе реалистичных резиновых младенцев, поглощающих детское питание с ложки: жидкость поступала в тельце куклы через трубочку и стыдливо выходила обратно через дырочку в пятке. К этим куклам можно было прикупить одежек, колыбелек, пеленок — словом, всего, что окружало младенца в реальной жизни. По мере возрастания ценности семьи и значения роли женщины в ее сохранении возрастала, по всей видимости, и важность игры с куклой в «дочки-матери». Попытки игры в куклы, в ходе которых искусственным младенцам придавались взрослые роли, казались извращенными и указывающими на нездоровый интерес девочки к низменным сторонам жизни. И только к середине XX века, особенно в послевоенные пятидесятые, когда женщина снова обрела необходимость социальной самореализации, когда понятия профессии, работы, карьеры начали занимать в ее жизни все больше и больше места, заставляя заботы о семье потесниться, никогда не умиравший, но временно пришедший в упадок рынок «взрослых» кукол, очевидно, должен был опять воспрянуть и обеспечить массового потребителя новыми ролевыми моделями для будущих дам: карьерно успешными, самостоятельными, ассертивными, умеющими выйти в свет. Словом, соответствующими облику Барби. Интересно, что первыми это почувствовали сами маленькие девочки: матери, как я еще буду рассказывать позже, сперва по большей части встретили Барби в штыки; но девочки были от нее без ума: она одевалась, как мама, ходила на работу, как мама, носила сложную прическу и броский макияж — словом, была идеальным объектом для подражания. И подражание началось.

Другим изобретением, приписываем компании «Маттел», стало создание в лице Барби куклы-потребителя, куклы-модницы, с ее огромным гардеробом и обсессивным вниманием к моде. Барби и мода — вообще огромная тема, о ней еще пойдет речь в деталях, но говорить о новации в мире кукол тут было бы по меньшей мере наивно: скорее, наоборот, тут следует говорить о профанировании веками бытовавшей идеи fashion doll, куклы-модницы, и низведении этой идеи до уровня детской игрушки, существующей на широком рынке. Куклы со сменными гардеробами как таковые существовали уже в VII веке до н. э. Тогда идея существовала не столько в рамках тенденции слежения за модой, сколько в рамках уже упоминавшейся мной погони за реалистичностью: кукла должна была имитировать подлинного человека и иметь, как и он, некоторое количество сменных нарядов. Но прямая связь между куклами и модой установилась в середине XVII века, когда в Париже возникли Большие и Маленькие Пандоры. Названные в честь принесшей человечеству много мук мифологической красавицы с полным сундучком нарядов, эти куклы рассылались из Парижа во все концы света — Лондон, Париж, Петербург (Большая Пандора, принадлежавшая императрице Марии Федоровне, хранится в Гатчинском музее), заменяя собой модные журналы и постепенно распространяя французские моды по всей Европе. Большая Пандора демонстрировала придворные наряды (впоследствии вообще одежды, предназначенные на выход), а Маленькая — домашнюю одежду. Вслед за куклами-пандорами fashion dolls начали превращаться в обыденную практику: часто известные модельерши дарили восковых кукол своим клиенткам и присылали к ним наряды, стараясь получить заказ. Естественно, многие матери позволяли дочерям играть с такими куклами, но все-таки изначально они отнюдь не задумывались как предмет для игры, а главное — были исключительно дороги. Подлинной же революцией в области fashion dolls стал рост популярности бумажных кукол.

Бумажные куклы (я имею в виду плоских куколок, нарисованных на бумаге и вырезанных по контуру, чьи наряды, тоже нарисованные и вырезанные из бумаги, «надеваются» на них при помощи бумажных клапанчиков или другой близкой техники) вообще дали миру Барби больше, чем, кажется, любое другое изобретение в этой области. Тема бумажных кукол в целом огромна и заслуживает отдельного рассмотрения, но я постараюсь дать только выжимки, так или иначе показывающие нам, откуда у Барби растут ноги на самом деле.

Сначала бумажные куклы были дешевы, их наряды было легко делать самим и менять сколько угодно, добавляя любые атрибуты, характеризующие принадлежность к той или иной профессии или свойственные тому или иному занятию. Бумажные куклы существовали несколько сотен лет, их главным плюсом была легкость исполнения и удивительная дешевизна игры: девочка могла сколько угодно пририсовывать кукле наряды, были бы под рукой ножницы и лист бумаги. Ничто не останавливало полет фантазии — для создания самых невероятных нарядов не было нужды уметь шить или покупать дорогие материалы. При этом, естественно, первые бумажные куклы изображали взрослых и создавались для взрослых: в середине XVIII века модные портные Европы делали таких куколок с целью одновременно развлечь клиентов и клиенток и продемонстрировать им идеи новых

костюмов. Иногда одежда для таких кукол клеилась из кусочков ткани, чтобы дать лучшее представление о планируемом наряде. Поскольку эти куклы были дешевы в исполнении, они быстро попадали в руки к детям, тем более что бумажные куклы иногда бытовали и вне модных мастерских: иногда их можно было купить за гроши у уличных торговцев — нередко куклы изображали знатных особ в карикатурной манере, а после «раздевания» являли собой не самое пристойное зрелище. Первой бумажной куклой, созданной фабричным способом и предназначенной сугубо для игры, была "Маленькая Фанни" — дитя лондонской мануфактуры S&J Fuller, родившееся почти двести лет назад, в 1810 году. Кукла шла в комплекте с несколькими платьями, но юным модницам предлагалась самим создавать дополнительные комплекты одежды. К концу XIX века множество издательств, больших и маленьких, выпускало брошюры с фигурками, исключительно напоминающими нынешнюю Барби и ее младших сестричек, но в двумерном исполнении: все эти Дотти Димпл, Лотти Лав и Дженни Джун поставлялись в комплекте с бумажными одежками и аксессуарами, часто имитирующими готовность к тем или иным занятиям: походу на каток, игре в мяч, поездке верхом и т. п. С середины XIX века бумажных кукол и наряды к ним стали публиковать дамские и детские журналы; иногда их надо было просто вырезать, иногда еще и раскрашивать самостоятельно. «Журнальные» куклы превратились в целую субкультуру, отчасти существующую и по сей день; преимущество журнальной публикации заключалось в том, что издание нередко сопровождало новые наряды и аксессуары комиксом или коротким рассказом о жизни персонажей, что придавало игре дополнительную прелесть. Кстати, уже тогда общественность нередко обвиняла этих куколок в чрезмерном увлечении тряпками — и в качестве оправдания многие производители приписывали своим куклам профессию модели, одновременно легитимизируя постоянную смену костюмов и заставляя сердца маленьких девочек екат в предвкушении подобной блестящей карьеры, что требует от нас вспомнить первое полное название куклы Барби: *Barbie the Teenage Model*, "Юная модель".

Звездной эрой культуры бумажных кукол следует, по-видимому, считать период Великой депрессии в США: грошовые комиксы и бумажные куклы были едва ли не единственным доступным развлечением для огромного числа детей и взрослых; многие известные бумажные куклы зародились именно как персонажи комиксов: Бренда Стар, Дик Трейси, Маленькие Катценджеммеры, Джейн Арден и др. В тот же период бумажные куклы начали появляться во многих газетных приложениях. Многие производители бумажных кукол поступали со своими детищами точно так же, как «Маттел» поступает с Барби, давая каждому костюму и каждой модели свое название. Тогда же возникла традиция зачастую привлекать к созданию костюмов для бумажных кукол ведущих модных дизайнеров: Барби от Армани или от Ив-Сен Лорана никоим образом не были изобретением компании. Бумажных кукол продолжали выпускать даже во время Второй мировой войны, правда, на менее качественном материале. Очень часто авторами бумажных коллекций становились знаменитые художники, работающие в жанре Pin-Up, также переживавшем в те годы бешеный расцвет. К концу 50-х годов мода пошла на убыль, но до конца не иссякла никогда; маленькая Барбара играла своими «взрослыми» бумажными подружками в 1957 году.

Отношения Барби и мира бумажных кукол оказываются сложными и запутанными. С одной стороны, Барби сама выросла из этого мира: и в буквальном смысле, если бы не бумажные куклы ее дочери, Рут Хендлер не пришло бы в голову, по ее собственному утверждению, создать взрослую модель (Хендлер даже признавалась, что хотела сделать "трехмерную версию бумажных кукол", которых так любила ее дочь), и в переносном смысле: Барби копировала основные принципы этого мира — дешевизна, бесконечная смена нарядов и многие другие элементы, о которых я еще буду говорить. С другой стороны, саму Барби обвиняют в разрушении мира бумажных кукол, в сломе его популярности: если бы не она, у маленьких девочек еще долго не было бы альтернативы бумажным модницам и связанным с ними фантазиям. Также следует помнить, что собственно бумажные куклы, изображающие саму Барби, появились в 1962 году и до сих пор являются фактически самыми востребованными бумажными куклами в мире. Первыми появились Барби и ее младшая сестра Скиппер, затем последовал ее бойфренд Кен и лучшая подруга Барби, Мидж. В конце 80-х художником по этим куклам стал знаменитый Том Тирни, автор великого множества бумажных кукол, в том числе исторических кукол, кукол, изображающих знаменитостей, и фантастических коллекций. Еще одна известная художница по бумажным Барби — Барб Раух — признается, что ее собственное увлечение жанром началось во время игр с Кэти Кини, одной из самых знаменитых бумажных кукол мира.

Кэти Кини, Бетси МакКолл, Кэти Лоуренс были примерами того, что невнимательные наблюдатели тоже часто приписывают производителям Барби в качестве новации, а именно кукол, ведущих активный образ жизни и способных достичь всего, что им заблагорассудится. Они, как и Барби, были не просто модницами — они были личностями. Почти все крупные проекты, связанные с бумажными куклами, включали в себя костюмы и аксессуары, связанные с профессиями, разными

видами отдыха, занятиями спортом, приключениями и тому подобными вещами. Впрочем, куклы-представители разных профессий существовали еще в Англии в середине XIX века — торговки, священники, клерки, пекари продавались в одеждах, подходящих для их занятий, и с соответствующими аксессуарами, например в руках торговки мог быть большой поднос или даже целый стол, на котором располагались миниатюрные товары, выполненные из папье-маше. Скажем, за семьдесят лет до появления Барби-учительницы (классные парты, учебные материалы, доска, мел; 1964 год) существовала немецкая кукла-учительница (классные парты, учебные материалы, доска, мел; 1885 год). Супермаркету, в котором работает Барби, предшествовала прекрасная, поражающая обилием мелких деталей кукольная продуктовая лавка, созданная в 1896 году компанией Baehr&Proeschild.

Точно так же создание семьи и друзей Барби никоим образом не является изобретением компании-производителя, но продолжением традиции: большинство серийно выпускавшихся бумажных кукол обладали разветвленным генеалогическим древом и широким социальным кругом. У хорошенькой маленькой Бетси МакКолл были мама, папа, кузина — кстати, по имени Барбара, — собачка Нози, друг Джимми Вик, тетя, дядя — словом, около 14 персонажей, каждый из которых имел свои наборы костюмов и аксессуаров и занимал свое место в мире Бетси МакКолл, как Кен, Скиппер, Бекки, Мидж, Кристи, Шелли, Джаззи, Тори и другие личности занимают свое место в мире Барби.

Еще одной составляющей мира Барби, способной поразить воображение и вызывающей множество восторгов и нареканий, являются аксессуары и среды обитания. Я имею в виду все эти удивительно продуманные крошечные дома с настоящим электричеством и работающими электроприборами размером со спичечный коробок, всех этих лошадок со сложной упряжью, собачек со специальными расчесочками для шерсти, косметику, спортивные снаряды, кухонную утварь, музыкальные инструменты и прочие пуховки со сковородками. На ладони взрослой руки — да и детской, если честно, — они смотрятся так трогательно и так нелепо, что волей-неволей наводят на мысль об одержимости безумии, о не вполне здоровой потребности «заиграться» в куклы, доводя вымышленный мир до пугающего уровня реалистичности. И опять же обвинят в этом производителей Барби совершенно неуместно — как уже говорилось выше, аксессуары испокон веков были одной из главных привлекательных черт качественной куклы: у той же Бетси МакКолл и ее кузины Барбары были автомобили, книги, собственные куклы, скакалки, посуда, украшения для рождественской елки и прочие прелести. Крошечную, прекрасно выполненную игрушечную посуду находили при раскопках Древнего Рима; русские «барыни» гуляли под зонтиками со своими собачками; французская компания «Жюмо» производила крошечных расфуфыренных пианисток, сидящих за способными сыграть нехитрую мелодию механическими инструментами. С кукольными же домами и утварью вообще особая история.

Как и большинство игрушек на свете, кукольные дома возникли не ради игры, а из сугубо прагматических соображений; поначалу их нельзя было даже назвать кукольными — они, скорее, были игрушечными: никто не планировал, что та или иная кукла будет в них жить. По утверждениям историков, такие дома стали возникать в XVI веке. В основном они создавались как копии богатых жилищ тех или иных известных семей — не ради хобби, а ради «запоминания» дома, — нечто вроде объемной фотографии размером около одного кубического метра. Впрочем, игрушечным домам случалось бывать и больше — иногда в них мог залезть маленький ребенок — и меньше. Мастера нередко пользовались этими домами так же, как портные Пандорами, чтобы продемонстрировать свой вкус и свое умение потенциальному клиенту. Другой практической причиной для создания, а особенно для украшения маленьких домов служило желание многих молодых дам освоить азы того, что мы сейчас назвали бы дизайном интерьеров: по всей Европе, а особенно часто в Голландии и Германии, такая ученица при помощи мастера вдохновенно развешивала крохотные портьеры и расставляла пуфы, которые вполне подошли бы размером для современной Барби. Подобный подход полностью соответствует сегодняшней тенденции — существует такая разновидность хобби, как создание и украшение кукольных домов: само строение покупается готовым или делается знакомым умельцем, а потом дом годами улучшается и обставляется: мелкие предметы интерьера, обои, картины, мебель сменяются по мере изменения моды или по мере обнаружения элементов декора, больше соответствующих вкусу хозяйки. Одна из моих подруг — обладательница такого игрушечного дома, населенного тремя маленькими медведями, — начала создавать это обиталище во время жизни в Голландии, где, по ее рассказам, для любителей подобных занятий существуют лавки и мастерские, создающие крошечную мебель, утварь и украшения для игрушечных домов. Среди восхитивших меня предметов интерьера в ее доме были крошечные работающие люстры, бра и торшеры (к которым подруга долго подбирала лампочки), а также множество мелких предметов, изображающих еду: от миниатюрных помидоров до французских багетов, сделанных из пластмассы или из фимо. К середине XVIII века начали появляться дома-шкатулки, а вернее — дома-сундучки: они раскрывались и

обнаруживали роскошные интерьеры и разделенные перегородками комнаты; заглянуть в закрытый домик можно было сквозь слюдяные окна. Такое устройство позволяло даме или девочке легко брать любимую игрушку в путешествие и носить за собой в гости с целью похвастаться перед подругами, и именно эту прекрасную идею производители Барби использовали при создании первого "Дома мечты" (название, впоследствии ставшее общим и собирательным для всех домов Барби): он раскладывался из картонного сундучка и был обставлен картонной мебелью, среди прелестных аксессуаров были супермодный низкий шкаф со встроенными проигрывателем и телевизором, крошечные картонные пластинки и фотография Кена на полочке.

Подлинного расцвета кукольные дома достигли ближе к концу XVIII века; причина, как всегда, была экономической: они стали дешевле. Если раньше едва ли не каждый дом делался мастером на заказ, то теперь на продажу часто выставлялись готовые домики — они были результатом работы подмастерьев, стремившихся вступить в тот или иной цех мастеров. Именно ближе к концу XVIII века установилась традиция требовать от каждого кандидата в цех демонстрации мастерства путем создания миниатюрных реплик. Так начали появляться изумительно выполненные крошечные, но выглядящие совершенно по-настоящему, предметы мебели, посуда, предметы туалета, музыкальные инструменты, вазы, искусственные цветы. Большинство мастеров, успешно пройдя испытания, выставляли эти вещи на продажу в специальных лавках, где их и скупали любители игрушечных домов.

Пожалуй, самая знаменательная веха — до появления Барби, конечно, — в истории кукольных домов — это создание знаменитого "идеального дома" для королевы Марии. В начале 20-х годов XX века кухне короля Англии пришлось в голову создать совершенно уникальный кукольный дом и подарить его королеве, большой любительнице миниатюр. Для работы над проектом был приглашен сир Эдвин Лютен, один из наиболее значимых архитекторов того времени. Лютен был изумлен предложением создать крошечный домик, но инстинкт игры, свойственный большинству взрослых и вырывающийся наружу при наличии достойной цели, заставил его погрузиться в работу с головой. В одном из писем он призывал коллег: "Давайте работать и творить на века, создавать то, что позволит будущим поколениям увидеть, как жили короли и королевы в XX веке и какие замечательные мастера, художники и авторы окружали их в их правление". Создание дома размером 2,5 на 1,5 на 1,5 метра заняло 4 года и потребовало усилий почти тысячи пятисот поставщиков, художников, мастеров и разработчиков. В одной из комнат стояла специально сделанная подлинная швейная машинка от «Зингер»; часы от «Картъе» украшали гостиную; в гараже стояли подлинные «Роллс-Ройсы», в подвале — крошечные бутылочки с настоящим «Клико» и «Мумм»; для библиотеки дома Конан Дойль самостоятельно вписал в подлинную крошечную книжку специально созданный рассказ на 500 слов. Сегодня дом выставлен на обозрение в доме Виндзоров и вызывает сильное чувство ирреальности: степень реалистичности интерьеров несколько пугает, наводя на мысли о существовании неведомой малой расы, чьи представители были лишены подлинного, весьма богатого жилища. На этом фоне даже самый роскошный "Дом мечты" от «Маттел» — пластиковый, усредненный, розовый, обставленный примитивной пластиковой мебелью, — кажется полной профанацией, наследует удивительные традиции, в свое время поднимавшие создание кукольных домов до уровня высокого искусства.

Что еще касательно изобретений и заимствований компании «Маттел»? Одним из предметов восхищения Барби всегда были ее сгибающиеся руки, позволявшие принимать более или менее реалистичные позы, и ноги, дающие кукле возможность сидеть; в некоторых моделях Барби может кланяться в пояс. Даже к моменту появления Барби такие куклы существовали на западном рынке, а в целом традиция создания кукол с «суставами» восходит к Древнему Египту: одна из глиняных красавиц, обнаруженных во время раскопок, не только могла поворачивать голову на глиняном шарнире и шевелить руками и ногами, но и внешне поразительно напоминала Барби: та же большая грудь, длинные ноги и тонкой лепки лицо. Кстати, в России была своя традиция создания кукол с подвижными конечностями: самые дешевые куклы конца XIX века — «скелетки» — делались из лучины, а их ручки и ножки закреплялись шарнирами. Платье таких кукол клеилось прямо к их телу. Правда, у них не сгибались локти и колени, — но они не сгибались и у первой Барби, в то время как немецкие кукольники создавали игрушки с коленными шарнирами уже в конце XVIII века. Иногда для придания куклам подвижности, которую так ценят любители современных Барби, использовали особый способ притачивать кожаные руки и ноги к кожаному же телу куклы — и тогда, конечно, можно было сгибать и колени, и локти, и талию, и кистевые «суставы» куклы.

Другой темой, в свое время вызвавшей много шума, стало создание компанией кукол Барби, являющих портретное сходство с персонажами поп-культуры или политики, так называемых *celebrity dolls*, о которых речь пойдет в этой книге еще не раз. В некоторых сериях Барби-знаменитостей сходство оказывается очень большим, в некоторых — меньшим. Например, в сериях "Непреходящие

ценности" лица куклы буквально копируют лица Одри Хепберн и Элизабет Тейлор, в то время как в серии "Барби Голливуда" сходство кукол с Вивиен Ли, или, скажем, с Мэрилин Монро достигается в основном за счет причесок и аксессуаров. Но так или иначе эти куклы носят имя персонажей, с которых лепится образ; Барби-Spice-Girl, Барби-Шер, Барби-Статуя Свободы (!) легко узнаваемы и имеют идеализированные черты тех или иных знаменитостей. Когда компания только начала производить подобных кукол, звучал гром похвал и нареканий: можно ли играть с образом реального человека? Этично ли раздевать до трусов бедную покойницу Монро или, скажем, статую Свободы? Не пахнет ли здесь вудуизмом? Компания охотно и гордо отвечала, что прививает детям что-то там — не то любовь, не то ролевые модели, не то уважение к звездам, — словом, какую-то полезную новоизобретенную муть. В действительности же celebrity dolls от «Маттел» продолжают многовековую традицию создания подобных кукол: первая бумажная кукла-знаменитость — прима-балерина Мари Таглионе — была создана в 1830-х годах; в ближайшее десятилетие появились бумажные куклы, изображающие других известных балерин, а также дам света и лиц королевской семьи, в частности королеву Викторию. Со временем таких кукол стало появляться все больше и больше, но и в мире трехмерных игрушек ситуация была схожей: английские кукольники начали широко рекламировать своих «портретных» кукол в конце XVII века; так, знаменитый кукольник Уильям Хиггс прославился изготовлением деревянных особ царских кровей, например королевы Мэри и короля Уильяма. Компания разумно не поднимала руки на политиков, но для звезд поп-культуры именная Барби стала таким же знаком вписанности их собственного имени в историю, как размещение их клонов в музее Мадам Тюссо.

Словом, на какой аспект существования Барби ни обрати внимание, эта кукла везде следует вековым законам истории игрушек, не изобретая, но выискивая и приспособлявая к запросам сегодняшнего рынка лучшие элементы традиции и самые удивительные новации прошлого. В моих глазах это скорее подчеркивает, нежели роняет престиж создателей нашей девочки; мне кажется, что такое умение и такой деловой нюх и составляют тот маркетинговый гений, который сделал феномен Барби возможным, а ее создателей — богатыми. Я буду возвращаться к этой теме еще не раз, но сейчас, завершая этот длинный экскурс в историю, в мир, предшествовавший появлению Барби, и переходя к рассказу о мире самой Барби, я хочу лишь добавить, что если бы лично мне предложили выбрать какой-нибудь старый трюк из истории кукол и попросить компанию-производителя воплотить его в Барби, я попросила бы Барби-марионетку. Нет, неправда, я попросила бы, конечно, Барби-неваляшку, но компания никогда не согласилась бы сделать свою красотку безноженькой. Впрочем, и Барби-марионетки может не быть по вполне понятным причинам: уж слишком очевидной получается метафора, когда речь идет об образе девушки, постоянно обвиняемой в том, что мужчины могут крутить ей, как хотят.

Часть II. МИР БАРБИ

Глава 3.

ПРЕКРАСНЫЙ ЛИК И ГОЛОС ДИВНЫЙ: ИЗМЕНЕНИЯ ВНЕШНОСТИ БАРБИ

Когда мы говорим, что Барби является самым узнаваемым женским образом на планете, волей-неволей представляется некоторая усредненная картинка: женская фигурка, небольшой рост, улыбочное лицо с чрезмерно идеальными чертами и блондинистая сияющая копна. Между тем я имела удовольствие наблюдать в лондонском Музее детства маленькую девочку и ее маму, внимательно разглядывающих экспонаты в витрине, отведенной под Барби. Я не помню точно, была ли там реально самая первая Барби (коллекционеры пользуются термином OSS — Original Swim Suit, Барби в ее самом первом костюмчике, знаменитом черно-белом купальнике без бретелек) или ее изображение, — тех, первых Барби осталось совсем мало, настолько мало, что музеем вполне могло не достаться. Так или иначе, стоящая впереди меня дама говорила дочке голосом восторженного гида: "Видишь, honey, это самая первая кукла Барби!" Девочка посмотрела тяжелым взглядом сперва на экспонат, потом на маму и сказала голосом человека, отрицающего собственную причастность к убийству: "Это не Барби". Мама нахмурилась. "Honey, тут написано — самая первая Барби". Девочка посмотрела на маму и сказала вежливо и настойчиво: "Значит, тут написано неправильно".

Мне было смешно, и я позволила себе вмешаться в беседу. Видишь ли, honey, сказала я, Барби уже очень много лет. Честно говоря, ей без малого 46. И самые первые Барби не были похожи на сегодняшних. Лицо Барби много раз менялось, да и фигура тоже. Девочка пожевала перепачканным в

чем-то синем ротиком, повернулась спиной ко мне и лицом к витрине и сурово спросила: "А где же настоящая Барби?" Я почувствовала, что диалог не удался.

Если честно, то самая первая Барби — да и все модели, созданные, скажем, до 1971 года, — на фоне сегодняшних нежных красавиц выглядят чудовищно. Одним из доказательств исключительной узнаваемости Барби лично для меня оказался тот факт, что при взгляде на любую модель, отличную от современных (т. е. созданных в 1998 году), я немедленно чувствую, что с ними "что-то не так". В отличие от той маленькой девочки в лондонском музее, я не отказываюсь признавать в них Барби; но они определенно режут глаз. Безумное обилие вариаций современных Барби очень быстро заставляет забыть прежний визуальный облик куклы; видимо, именно поэтому эволюции ее пластиковых мордочки и тельца не сказывались на продажах — хотя каждая модификация поначалу вызывала всплеск возмущения среди одних наблюдателей и судороги восторга у других.

Чтобы более или менее объяснить, почему самая первая Барби выглядела так странно, придется прямо здесь раскрыть одну из самых страшных тайн Барби — тайну, которую производители куклы долгое время скрывали, тайну, которая всплыла наружу только несколько лет назад и породила огромную волну обвинений, пародий, спекуляций и исследований, своей серьезностью, возможно, заслуживающих более значительного объекта. Дело в том, что наша невинная и чистая девочка, за чью непорочность так упорно борется компания — дочь проститутки. Ее прообразом явилась уже упомянутая мной мельком кукла Лилли — немецкая игрушка. Лилли была трехмерной версией одноименного персонажа популярного послевоенного комикса, печатавшегося в таблоиде Bild Zeitung с 1952 года. Лилли была проституткой с характером — разбитной, наглой, жестокой хищницей, любой ценой выуживавшей деньги из "жирных котов", как она называла своих клиентов. Когда в 1955 году Лилли стала трехмерной, мужчины с удовольствием покупали ее в магазинах для взрослых (больше она нигде не продавалась) и вволю отыгрывались на маленькой шлюшке, таская ее за собой в кармане или подвешивая на переднее стекло машины, если, конечно, у них не было детей: зрелище такой сисястой куклы в крошечном купальничке совершенно не подходило для их глаз. Когда через четыре года ровно такая же сисястая Барби в ровно таком же крошечном купальничке появилась в США в качестве детской игрушки, шок был предсказуем.

Каждый раз, когда я читаю о происхождении Барби от Лилли, я поражаюсь одному факту: никто и нигде не объясняет, почему первая Лилли — а следовательно, и первая Барби — выглядела именно так, а не иначе; по крайней мере, мне ни разу не удалось увидеть подобное объяснение. Откуда эта странная, неестественная форма головы? Эта чрезмерно тонкая талия, за которую создателей Барби так яростно поносят феминистки, медики и педагоги на протяжении вот уже сорока лет, заявляя, что Барби вызывает у маленьких девочек комплекс неполноценности и неправильное восприятие человеческого тела? Откуда эти странные, слишком туго, по-взрослому завитые волосы — у куклы, которую компания позиционировала как "Teenage Fashion Model"? Создается впечатление, что ответа на эти вопросы не существует. А между тем, кажется мне, он существует, да еще и какой простой! Может быть, я излишне самонадеянна, но каждый раз, когда я думаю о том, что Барби была фактически копией трехмерной Лилли, а Лилли была фактически копией персонажа из комикса, мне становится ясно, почему Лилли сложена так, а не иначе. У Лилли чрезмерно узкая талия и крутая попа, у Лилли треугольная голова, у Лилли странная прическа — потому что такой была манера изображать «дамочек» в комиксах 50-х годов. Платья с высоким бюстом и широченными юбками визуально делали талию неестественно тонкой, а попу и грудь — неестественно большой; головка изображалась так, чтобы создать комический эффект; прическа с ловким завитком на лбу была изобретением пародиста. Почти все это подчеркнуто-комическое, намеренно-преувеличенное великолепие по известным одной покойной Рут Хендлер причине было сохранено за Барби, призванной олицетворять реалистичную модель девочки-подростка. Почему — бог весть; возможно, Хендлер стремилась сделать свою "первую взрослую куклу" как можно более взрослой, а возможно, такая преувеличенность черт просто не показалась ей чрезмерной. Так или иначе за исключением нескольких мелких деталей первая Барби оказалась почти точной копией Лилли.

У Лилли были брови ниточкой и губы бантиком, очень тяжелый макияж — сильно подведенные глаза и ярко-алая помада, не очень естественный, слишком розовый цвет лица и тела, волосы, собранные на макушке в пучок и подвернутые валиком на затылке, уже упомянутый бойкий завиток на лбу, очень длинная шея, чрезмерно узкая талия. При всей своей непристойности Лилли, как и Барби, была лишена половых органов, но зато у нее были соски (на самом деле кончики ее груди просто были относительно заострены), каковых Барби была лишена от рождения. Она смотрела немного в сторону и вниз. Когда Хендлер привезла Лилли из поездки в Австрию (Германию, Швейцарию — тут источники расходятся), она попросила своих дизайнеров "сделать из Лилли тинэйджера". По утверждению производителя, этим занимался известный изобретатель Джек Райан — выпускник Йельского университета, в будущем — шестой муж актрисы За-За Габор, до прихода в

компанию работавший на Пентагон и участвовавший в создании крылатых ракет Sparrow и Hawk. Новый, более пристойный макияж кукле, по утверждению компании, делал Бад Вестмор, "король грима" с киностудии Paramount Pictures. Между тем не так давно скульптор Энтони Булон заявил, что подлинным создателем первой Барби был на самом деле он, и только он. На своем официальном сайте он разоблачает бессовестных супругов Хендлер, присвоивших себе всю славу его изобретения, подробно описывает процесс разработки и отливки форм для первой Барби и утверждает, что компания заплатила ему всего лишь 800 долларов за все его труды, в то время как сама компания уже сорок с лишним лет гребет деньги лопатой. Булон клянется, что прообразом для лица той самой Барби OSS была его собственная жена, Лилис Булон. В целом впечатление от сайта двойственное — кажется, что его создавал не вполне вменяемый человек. В то же время за сорок шесть лет многое могло измениться...

Так или иначе фигура первой Барби осталась фактически фигурой Лилли — ей только удалили соски. Что же касается лица, то тут было предпринято немало усилий: губы стали полнее и обрели более мягкие очертания, брови были подрисованы шире, но карикатурная форма головы с чрезмерно высоким лбом сохранилась. Жесткие волосы были уложены валиком за затылке, завиток на лбу Лилли сменился кудрявой челкой, тело приобрело более естественный оттенок. На первой Барби — их делали в Японии по лицензии «Маттел» — были шлепанцы с высокими каблуками и знаменитый полосатый купальник. Глаза с белой радужкой были подведены очень широкой черной линией, веки покрыты голубыми тенями, губы и ногти на руках и ногах покрашены ярко-алым, в ушах покачивались огромные цыганские серьги. Меньше всего на свете этот персонаж походил на девочку-подростка, какой ее представляли создатели, и первые рецензенты, даже не зная о существовании Лилли в качестве прототипа, недаром говорили, что кукла кажется им "пугающей, порочной и открыто предлагающей себя".

С первого же дня коллеги Рут Хендлер начали уговаривать ее несколько изменить лицо Барби, но Хендлер упиралась, боясь потерять «узнаваемость» куклы, начавшей немедленно приобретать бешеную популярность у маленьких девочек. Наконец спустя год с лишним с момента появления Барби на рынке компания внесла некоторые коррективы в ее внешность. Форма головы осталась прежней, но изменилась раскраска: более светлые брови обрели мягкий изгиб вместо агрессивного излома, исчезла подводка нижнего века, а серьги-кольца сильно ужались в диаметре. В том же году был заменен тип винила, из которого изготавливалась кукла: новая смесь не теряла цвета с годами, в то время как куклы, выпущенные раньше, страдали "зеленой болезнью", т. е. с годами начинали идти зелеными и голубыми пятнами. И наконец, в 1961 году Барби приобрела знаменитые голубые глаза, более мягкие волосы и легкое полое тело при тех же формах. Раньше полый была только голова куклы, что вызывало массу шуток, но зато позволяло монтировать волосы так, чтобы девочки могли их расчесывать. Впоследствии роскошные волосы Барби стали одной из ее главных аттракций.

Следующие серьезные пластические операции последовали в 1963 году. Барби стала слегка похожа на хомячка — у нее округлились щеки, губы стали меньше и обрели нежный, более «девичий» оттенок, а глаза стали неестественно большими и неестественно синими. В 1964 году эти глаза начали открываться и закрываться (сейчас это качество свойственно лишь нескольким моделям Барби), но гораздо более значительным оказалось другое событие: у куклы стали сгибаться ноги благодаря все тому же Джеку Райану, специалисту по крылатым ракетам. С этого момента Барби получила еще одну козырную карту в рамках борьбы с конкурентами — она могла сидеть, наклоняться и принимать настолько естественные позы, насколько естественность вообще свойственна формованному кусочку пластика. Однако упреки в чрезмерной взрослости лица продолжались, и в 1967 году производители куклы попытались выкрутиться, создав Barbie Twist-n-Turn — первую куклу со сгибающейся талией и с детским личиком: у нее были длинные торчащие ресницы, румянец во всю щеку, чистый овал лица и неброская косметика. Губки ее по-прежнему были сложены бантиком. В таком виде Барби просуществовала три года, вызывая меньше нареканий со стороны родителей, но в то же время и меньше восторгов со стороны девочек, привыкших видеть в Барби взрослую даму. В 1970 году возникла Living Barbie — кукла, у которой, помимо талии, сгибались локти, колени и запястья, но ее относительная дороговизна помешала ей стать особо распространенной моделью.

Наконец, в 1972 году произошел подлинный и долгожданный переворот во внешности Барби — впервые со дня своего появления эта кукла начала выглядеть более или менее естественно. Дело в том, что знаменитая "Малибу Барби", чьим девизом было "Surf, Sun and Fun!", впервые посмотрела миру в глаза: до сих пор все Барби сильно косили влево. Кроме того, Барби, наконец, улыбнулась, обнажив ряд белоснежных зубов. У нее почти не было косметики, а длинные прямые волосы падали вниз совершенно естественно; калифорнийский загар дополнял облик раскованного современного подростка. Эта форма головы просуществовала аж до 1977 года, когда производители почувствовали, что мода на пляжную естественность сменяется модой на гламур. Так возникла «Барби-Суперзвезда»

— с более округлым лицом, носом кнопкой и взрослым взглядом. Не меняя лепки головы, компания в 1983 году попыталась снова создать псевдодетский образ, но дурноватенькая, румяньенкая "Барби-Ангельское-личико" не приглянулась целевой аудитории.

С 1977 и по 1998 год, т. е. на протяжении двадцати с лишним лет, ни тело, ни форма головы Барби не менялись ни на йоту; у разных моделей мог быть разный макияж, разные волосы и прически, но голова «Барби-Супер-звезды» оставалась эталоном кукольной красоты. Все это время на создателей куклы продолжали сыпаться упреки касательно ее лица и фигуры; и в 1997 году компания объявила о создании новой Барби.

У Барби — 98 грудь была меньше, талия — шире, а бедра — уже. Она обладала менее рельефными ногами с плоскими ступнями, волосами более естественного оттенка — не чисто-золотыми, а с перемежающимися светло-коричневыми прядями, и с закрытым, хоть и по-прежнему улыбающимся ртом. На «Маттел» обрушилась масса протестов — и поощрений. Многие любители Барби были раздражены как тем, что старые одежки начали сваливаться с новой малогабаритной груди куклы, так и «реалистичностью» этой модели: на одном из форумов, посвященных кукле, я прочла возмущенное высказывание: "Если бы мне хотелось смотреть на реализм, я подошла бы к зеркалу! Не дай бог, они еще сделают Барби с пропорциями средней женщины!" Такая опасность Барби пока не грозит: статистика показывает, что даже новые пропорции тела куклы свойственны примерно одной женщине из 100 000. Я не являюсь этой самой женщиной, но новая Барби нравится мне больше прежних: она действительно похожа на человека, пусть и идеально красивого человека. Правда, модели с закрытой улыбкой выглядят не слишком симпатично; кто-то из журналистов писал, что прежняя открытая гримаска Барби сменилась "улыбкой, замешанной на «Прозаке»; но на сегодняшний день компания выпускает достаточное количество обаятельно-белозубых красавиц. Кстати, одна из них — мягкотелая (в буквальном смысле слова) «Барби-Сладкие-сны» закрывает рот, если почистить ей зубы на ночь.

Параллельно с Барби менялась старшая из ее младших сестер — юная Скиппер. Возникшая в 1964 году, рыженькая Слип выглядела совсем ребенком, ей можно было дать лет 11–12. Она была призвана заполнить слишком большой зазор между девочкой-обладательницей куклы и взрослой Барби, стать ролевой моделью пубертатного периода. У нее была плоская грудь и угловатая детская фигурка. Постепенно эта фигурка становилась менее детской и менее угловатой. Серьезные модификации были сделаны для серии «Малибу» — Скиппер, как и Барби, стал смотреть прямо, а ее лицо зачем-то стало больше напоминать кругломордого пупса, в то время как остальные куклы коллекции (Кен, Мидж и Барби) как раз обрели некоторую естественность. В 1975 году появилась удивительная модель "Скиппер растет", о которой я еще буду говорить позже, она обладала удивительным свойством: если повернуть одну из кукольных ручек на 360 градусов, то Скиппер становилась выше, ее грудь — больше, а талия — тоньше (эту операцию можно было проделать несколько раз). В 1985 году грудь становится постоянным атрибутом Скиппер: не такая огромная, как у старшей сестры, но все же достаточно заметная, чтобы носить платья с декольте. Последние серьезные изменения произошли во внешности Скиппер в 1997 году — фактически тогда же, когда произошла революция во внешности самой Барби. Скиппер стала ростом почти со старшую сестру, ее личико сделалось современнее и естественнее, фигура стала окончательно женской — правда, с менее вопиющими пропорциями, чем у Барби. Ее изначальное место — место куклы, изображающей маленькую девочку в семье Барби, — заняла хорошенькая "Блондинка Стейси". Скиппер же превратилась в существо, вззирающее на Барби с постоянным немым обожанием и мечтающее вырасти и быть, как она (впрочем, как и остальные младшие сестры нашей девочки), т. е. в идеальную персонификацию маленькой хозяйки всех этих кукол.

Отдельное удовольствие лично мне доставило прослеживание изменений, вносимых в фигуру и внешность Кена. Персонаж он второстепенный, и внимания ему традиционно уделялось и уделяется меньше, чем Барби, но и он, естественно, пережил несколько модификаций. Я много думала о том, что Кен и Барби должны были, конечно, эволюционировать по разным принципам. Дело в том, что Барби создавалась и продолжает создаваться как воплощение мечтаний девочки о самой себе; она — идеальное «я» своей хозяйки, в то время как Кен — идеальное «он», т. е. воплощение того мужчины, которого она должна желать себе в качестве партнера и спутника жизни. Я твердо уверена, что Кен выглядел бы совершенно иначе, если бы его создатели хоть на секунду предполагали, что он будет игрушкой для мальчиков. Но Кен — игрушка для девочек, и его внешность в каждый конкретный момент времени стремится запечатлеть образ идеального мужчины. Однако эта идеальность — идеальность в терминах Барби; это означает, что Кен не должен быть агрессивным, брутальным, слишком маскулинным, подчеркнуто независимым. Он должен быть эдаким мальчиком-одуванчиком, тем, что называется all-American Boy, ясноглазым существом с повадками вожатого бой-скаутов, т. е. фигурой, традиционно не слишком импонирующей мужчинам, но очень импонирующей женщинам.

Честно говоря, постоянные подозрения касательно гомосексуальности Кена, так часто проявляющиеся в анекдотах об этом персонаже и в многочисленных художественных работах, видимо, объясняются не только фактом отсутствия у его подружки Барби сексуальной жизни (о чем позже), но и этой его чрезмерной прилизанностью и даже некоторой фемининностью.

Кен появился в жизни нашей девочки в 1961 году и выглядел омерзительно: прилизанный подросток начала 60-х с литыми пластиковыми волосами, губами и подбородком слабого человека и безвольным взглядом голубых глаз. Он выглядел совсем мальчиком, и рядом с Барби, сохранявшей на тот момент черты опытной шлюхи, казался не то ее сыном, не то пришедшим лишиться девственности робким гимназистом. Тело Кена тоже было телом мальчика тринадцати-четырнадцати лет, здорового, но не слишком подвижного: гладкое, почти лишенное мышц тело с девичьи-стройными ногами. Неудивительно, что он не слишком привлекал девочек. Через пару лет была создана новая болванка головы Кена — и все стало еще хуже: странно сплюснутая голова и приоткрытый рот явно намекали на родовую травму. Пениса у него, конечно, по-прежнему не было, но в нижней части непропорционально длинного тела наблюдался некий выступ. Этот выступ стал значительно рельефнее к концу 60-х, когда ситуация с Кеном вообще несколько улучшилась. Во-первых, он обрел некое подобие вполне мужского тела — с широкими плечами, широкой же грудной клеткой и узким тазом. Руки Кена стали сгибаться, а торс приобрел мускулатуру — не бог весть какую, но вполне пристойную для человека, не являющегося паралитиком от рождения. Кен держал ноги несколько расставленными, что прибавляло ему мужественности. Это были едва ли не единственные годы в жизни Кена, *when he didn't look like a sissy boy*. Некоторое время он напоминал заправщика с бензоколонки, вырядившегося для свадьбы своего лучшего друга: простое широкое лицо и сильные густые брови наконец позволили ему выглядеть мужчиной. В 1968 году он даже начал работать с гантелями: производители Барби выпустили вариацию, у которой при сгибании руки под пластиковой кожей надувались солидные бицепсы. Примерно в 1974 году заправщика с бензоколонки сменил безработный художник: лицо Кена вытянулось и стало более утонченным, но густые брови сохранились, равно как и выступ внизу таза. Причастность Кена к богеме также выдавали его длинные волосы, что, впрочем, могло в те годы быть и атрибутом вполне приличного человека. В восьмидесятые Кен — вылитый Караченцев: широкая открытая улыбка и правильное лицо выпускника юридического факультета. Ему по-прежнему редко достается пощеголять «настоящими» волосами — чаще всего у него на голове красуется литая прическа из раскрашенного пластика. В девяностых Кен пережил серьезное приобретение и тяжелую утрату. С одной стороны, у него появились неплохие мускулы — в духе спасателей Малибу и героев "Дневников красной туфельки"; правда, его ноги почему-то по-прежнему не отличались рельефностью. С другой стороны, он лишился своего рудиментарного выступа в нижней части таза: теперь нижние конечности стали крепиться к условным пластиковым трусам, завершающим прекрасное тело. Лицо же Кена в последние десять-двенадцать лет стало той самой смазливой мордашкой в духе Бреда Питта, которая постоянно заставляет предполагать, что Барби остается девственницей не в силу собственного упрямства, а в силу альтернативности вкусов ее бойфренда. Не будь она такой чудовищно идеальной девушкой, она бы, возможно, давно изменила Кену с кем-нибудь из его темнокожих друзей (все белые мужчины в мире Барби выглядят, по непонятной мне причине, холеными инфантильными бургерами). Но этого, я боюсь, мы никогда не дождемся.

Я твердо уверена, что было бы неправильным считать, что Барби и ее маленькие друзья в каждый момент своего существования воплощали соответствующий времени идеал женской или мужской красоты. Поразмыслив, нетрудно понять, что такая задача, даже если бы и была поставлена, оказалась бы неразрешимой.

В последние сорок шесть лет эти идеалы менялись гораздо быстрее, чем болванки кукольных голов, производимые компанией. Мадонна начала восьмидесятых сильно отличалась от рафинированной Брук Шилдс начала девяностых, которая в свою очередь сильно отличалась от Шарон Стоун середины девяностых и от Лив Тайлер начала нового века, да и эти персонажи не были общепринятыми красавицами. Когда смотришь на фотографии победительниц конкурса "Мисс Америка" за отчетные 46 лет или на портреты супермоделей начала и середины девяностых, когда больше всего ценилась «уникальная» (иногда совсем уж дикая) внешность, а не соответствие канонам классической красоты, понимаешь, как мало лицо и фигура Барби соответствовали «современному» взгляду на красоту в каждый конкретный момент.

Другая причина, более тонкая, заключается в том, что компания не могла позволить себе потерять узнаваемость куклы, т. е. изменить черты ее лица слишком резко — как того, возможно, требовала бы мода. После каждого скачка эволюции Барби все-таки должна была выглядеть так, чтобы та самая маленькая девочка из английского музея не спрашивала: "Это кто?" Барби должна была становиться лучше, но она не имела права стать другой.

Третья причина, по которой распространённое мнение о Барби как об эталоне красоты кажется мне неверным, заключается в том "индивидуальном характере", которым компания наделила свое порождение. Вспомним, что Барби всегда должна была быть невинной, ассертивной, упорной, активной, дружелюбной, спонтанной девицей, в то время как мимо ее сияющего личика проходили апатичные поклонницы психоделии 60-х, депрессивные красавицы 70-х, поклонницы безумно модного стиля «порношик» 80-х, измученные стрессом яппи 90-х, панки, рокеры, готики, девушки в стиле «гранж», быстро сменяющиеся модные типажи нескольких поколений, некоторые из которых могут показаться современному наблюдателю едва ли не отталкивающими. Барби же должна была оставаться скаутом-переростком и носить гламурные версии модных нарядов, но не рваные кожанки с велосипедными цепями и не красные чулки в клетку с подвязками, торчащими из глубочайших разрезов облегающих юбок.

Поэтому мне кажется более правильным утверждать, что внешность Барби всегда представляла собой некоторый усредненный тип: женщину, о которой при любых вкусах, при любых модах и при любом подходе к женской красоте называли бы "очень недурной". Кто-то предпочел бы термин «красавица», кто-то — "очень миленькая девушка", но так или иначе личико Барби устраивало бы всех. Как, собственно, и положено бестселлеру в социуме, где красота (или, по крайней мере, внешнее обаяние) воспринимается как необходимое требование, едва ли не залог для успешной социализации. Культ внешней привлекательности, который мы сами создаем год за годом, одновременно со стонами жалуясь на его несправедливое и непомерное бремя, естественным образом ставит Барби, девушку с модельной внешностью, в положение всеобщей любимицы. Законы жанра требуют, чтобы ее равно обожали семья, подруги, ухажеры, соседские дети, собаки и шифоньеры. Но на самом деле семейная и социальная жизнь Барби оказывается на поверку куда как менее радужной, чем ее пытаются продемонстрировать гламурные фотоистории из журнала "Barbie Bazaar".

Глава 4. **ПОВЕЛИТЕЛЬНИЦА МУХ: ОКРУЖЕНИЕ БАРБИ**

Несколько лет назад я была сильно изумлена, когда выяснила, что у Барби есть фамилия, и не только фамилия, но и второе имя. Она, оказывается, Барбара Миллисент Робертс, школьница из вымышленного производителями городка Уиллоус, штат Висконсин. Однако о людях, давших ей два имени и фамилию, неизвестно ничего. Возможно, у "этой сучки" действительно, как говорилось в эпиграфе, "есть ВСЕ", кроме родителей. По большому счету, у нее вообще нет семьи.

В 60-е годы компания заинтересовалась проблемой общества для своей девочки. Были придуманы мама и папа Барби — Роберт и Маргарет Робертс, но, насколько мне известно, компания ни на секунду не рассматривала опцию создания этих персонажей в пластике. Вместо родителей Барби получила бойфренда — верного Кена, и подругу — простоватую девушку Мидж. Шесть лет спустя возникла кузина Френси, просуществовавшая до 1976 года, а еще одна кузина, Джаззи, появилась в 1989 году. В остальном же единственные известные нам представители семьи Барби — это выводок сестренки и брата, все мал мала меньше. Все эти годы компанию нашей девушке составляют подружки (общим числом тридцать одна), немногочисленные друзья Кена (шесть штук) и целое стадо малышни — подружек младших сестер и кузин.

Традиционно считается, что причиной, по которой компания вообще начала обеспечивать Барби семьей и друзьями, явилась необходимость создать нашей идеальной девушке не менее идеальную компанию. Я полагаю, что не менее большое значение имел маркетинговый фактор: Барби распродавалась на ура, и было вполне очевидно, что у "сопутствующих товаров" есть неплохие шансы на рынке. Надежды оправдались — Мидж расходилась прекрасно. Тщательно продуманная, эта кукла играла немаловажную роль: она была объектом для сравнения. Простенькая, курносенькая, менее элегантная, чем наша гламурная Барби, эта кукла могла меняться с ней одеждой, как и положено хорошим подружкам, но уступала ей во всем, кроме объема груди. Мидж помогла компании четко показать место Барби в кругу ее сверстников: она — элита, прима, альфа; все остальные созданы для того, чтобы подражать, поддерживать и завидовать. Такое позиционирование прекрасно ложилось в концепцию Барби как ролевой модели для ассертивных, целеустремленных маленьких девочек. Уже самые первые номера журналов и книг о Барби (о них тоже пойдет речь в этой книге) четко показывали, насколько Мидж находится на подхвате у Барби. Впоследствии то же самое стало верно для всех подружек нашей девочки: их задача — разыгрывать ситуации, в которых Барби может блеснуть красотой, вкусом и талантами, и награждать победительницу восторженными аплодисментами, т. е. разыгрывать совершенно жизненную, абсолютно реалистичную ситуацию, так хорошо знакомую маленьким девочкам: королева класса (школы, двора, лагеря, "внутрирайонный

гений чистой красоты") снисходит до своих подданных, демонстрируя им совершенство взамен на обожание. Из ста маленьких девочек девяносто девять в реальной жизни чувствовали себя Мидж, но благодаря компании «Маттел» теперь могли ассоциировать себя с Барби. Такое соотношение сил между Барби и ее друзьями компания сохраняет и поддерживает по сей день: в любой компании, в любом комиксе, в любом рассказе про Барби наша девочка оказывается определенно лучше всех: у нее самый роскошный наряд, самый яркий талант и самая светлая голова — о чем бы ни шла речь, будь то кормление дельфинов или тренировки олимпийской сборной. Я смеялась в голос, когда в конце маленькой книжки "Барби на выставке" выяснилось, что именно собачка Барби выиграла главный приз в собачьем конкурсе, — ну да, не Барби, так хоть ее собачка. Впрочем, плюс ситуации заключается в том, что девяносто девять девочек-Мидж, вполне отдающих себе отчет в своей заурядности и второстепенности, из соотношения сил между Барби и ее подружками могут извлечь вполне позитивную мораль: у Мидж тоже есть жизнь. Она тоже умеет хорошо одеваться, способна завести бойфренда, овладеть престижной профессией, устроить хорошую вечеринку, кататься на лошадке, дудеть в дудку. Правда, так или иначе созданные компанией прихвостни нашей первой красавицы тоже оказываются too cool to be true; всякий, кто пережил школьные годы, помнит, что подружки самой красивой девочки составляют своего рода элиту, в которую еще тоже надо уметь пробиться. Фактически подружки Барби — это та самая кофта, приходящая в школу в мини-юбках и имеющая привычку ходить по коридорам все сметающей шеренгой. Единственное, что обычно утешает завистливых наблюдательниц — это тот факт, что Барби обходится со своей свитой не лучше, чем ее свита обходится с ними, простыми смертными. Однако ненависть к "этим сучкам" за редчайшими исключениями не мешает девочкам, не попавшим в число избранных, завидовать, восхищаться и мечтать оказаться на их месте, что, собственно, и обеспечивает популярность подружкам Барби, в целом не менее высокомерным, чем она сама.

Кроме базовой идеи расширения линии продуктов, производители Барби всегда использовали ее друзей и подруг для одной очень важной цели: благодаря им компания отыгрывала вариации и изменения, вносимые самой жизнью, но совершенно не подходящие для имиджа Барби. Бекки в инвалидной коляске, чернокожая Кристи, азиатки Кира и Мико, дважды рожавшая замужняя Мидж снимают с Барби бремя житейских проблем, а «Маттел» избавляют от нарицаний касательно создания слишком прилизанного, оторванного от реальности образа куклы. Забавно, что подружки Барби при таком раскладе являются личностями в гораздо большей мере, чем она сама: ее исключительная среднестатистичность волей-неволей обращает на себя гораздо меньше внимания, чем не слишком стандартная красота некоторых из ее приятельниц. "Барби-Олимпийская-чемпионка" в целом производит гораздо меньшее впечатление, чем Бекки — чемпионка олимпиады для инвалидов.

В мире Барби нет смерти; в мире Барби нет даже старения, а взросление выпадает не каждому — скажем, подросла Скиппер, скажем, сама Барби-врач и Барби-астронавт уже не маленькая девочка, да и ее подружки ходят кто в колледж, кто на работу; но все они остаются вечно молодыми и вечно подростково-дурноватыми, из чего следует один вполне странный вывод: в мире пластиковых девушек, призванных быть ролевыми моделями для нескольких поколений подростков, нет ролевых моделей. Это мир без взрослых, остров, на котором Барби оказывается "повелительницей мух"; ей и ее друзьям не на кого ориентироваться, что, возможно, и объясняет их чудовищную инфантильность. Изредка появляющиеся в комиксах взрослые персонажи мира Барби всегда играют по отношению к ней и к ее друзьям второстепенную роль, оказываясь скорее в позиции детей, чем в позиции взрослых: Барби и команда приходят им на помощь, решают их проблемы и занимаются их делами, на время оставляя в стороне катание на роликах, серфинг и уход за собачкой, чтобы потом отметить успех предприятия грандиозным праздником с демонстрацией новых нарядов. До сих пор Барби не у кого было спросить совета, и представления о том, что происходит, когда кончается молодость, она не имела. Сама Барби — и Барби в качестве ролевой модели — "ничего не видит дальше алтаря", как метко высказалась Маргарет Митчелл, правда, по иному поводу.

Наконец, несколько месяцев назад в мире Барби появились взрослые люди — и не просто взрослые люди, а старики: компания создала «бабушку» и «дедушку», членов семьи все той же Мидж. Родителей Мидж обрела одновременно со вторым ребенком, что должно было явиться для нее немалым потрясением. У бабушки и дедушки седые волосы и вполне сдержанная манера одеваться: пожилая леди носит цветастую блузу и узкие брюки, а старый джентльмен одет в мягкий свитер и штаны горчичного цвета, однако голова бабушки посажена на тело Барби, а голова дедушки держится на плечах Кена, что в целом придает старикам неприятно молодящийся вид. Место бабушки и дедушки в счастливой семье производители Барби определили раз и навсегда: они обитают на кухне собственного дома. Мидж и ее муж Алан привозят к ним детей на выходные — видимо, для того, чтобы свободнее проводить время на дискотеках с Барби и остальной компанией. Домашний пирог, жареная индейка и прочие яства вполне четко задают функцию бабушки и дедушки в этом мире: они

существуют в качестве безобидного обслуживающего персонала, призванного облегчать жизнь маме и папе крошек. Компания, естественно, не могла сделать стариков бабушкой и дедушкой самой Барби — это сразу породило бы слишком много вопросов о ее семье в целом; однако Мидж, всегда использовавшаяся компанией для создания модели матери семейства, вполне способна пережить появление старших членов семьи. Мне, кстати, не удалось найти ответ на тонкий вопрос: являются ли старики бабушкой и дедушкой самой Мидж или ее мужа, или же они все-таки приходится бабушкой и дедушкой их малышам? Да и вопрос о том, с чьей стороны родня, остается открытым, как остается открытым вопрос об именах: двое новеньких — едва ли не единственные антропоморфные персонажи в мире Барби, лишенные имен и собственной легенды, что лишний раз указывает на абсолютную второстепенность их роли в заданном пространстве. Проще говоря, в данный момент легко представить, что Барби и ее друзья будут ходить к их дому специально, чтобы поглазеть на стариков через окошко: "Wow! Do people really get like this with time? Not us, for sure! Do you think they can dance or maybe skate? Well, we can! Let's go party!"

Поведение Барби, ее помешанность на результате (я опять скатываюсь в грех говорения об этой кукле как о живой персоне, но ничего не могу с собой поделаться) являются, насколько мне удалось понять, вполне типичными для обеспеченного, но заброшенного родителями ребенка: она окружает себя огромным количеством друзей, компенсируя недостаток близости, она гиперсоциальна, как человек, всю жизнь стремившийся преодолеть одиночество, она стремится к достижениям, надеясь, что очередной полет в космос, очередная победа на Олимпиаде, еще один заработанный миллион долларов, наконец, привлекут к ней внимание папы и мамы. Если же принять в расчет постоянно появляющихся в ее мире маленьких сестреночек, картина начинает казаться еще более грустной: существующие невесты где мама и папа рожают очередного ребенка и опять исчезают, чтобы жить собственной жизнью (чувствуете, как повеяло Пеннаком?). Можно представить себе еще один, параллельный мир, где Маргарет — мама Барби — и ее верный муж Роберт, окруженные пластиковыми друзьями, собачками, лошадками, домами и автомобилями, проводят время на пляжах и дискотеках, время от времени ради чистого интереса осваивая новые прогрессивные профессии. "Эй, Бобби, Марджи, начните пользоваться контрацептивами! У вас уже шестеро детей!" — "Оставь, Джим, нам нравится большая семья, а Барби всегда рада посидеть с малышами!" (Чувствуете, как повеяло Петрушевской?) Словом, грустная какая-то картина. Более или менее объясняющая, почему их старшая дочь до сих пор оказывалась неспособной выйти замуж за человека, с которым провела ни много, ни мало сорок два года.

Глава 5. "ОН ПРОСТО КУКОЛКА!": БАРБИ И КЕН

Вплоть до марта 2004 года имя «Барби» шло в паре с именем «Кен». Выражение "Барби и Кен" стало фактически нарицательным — им нередко описывали слащавые влюбленные пары с претензией на идеальность. Роман Барби и Кена длился сорок три года и стал таким же социокультурным символом, такой же данностью, как спешащие на помощь Чип и Дейл или всепобеждающий Супермен. Этот роман породил массу спекуляций, серьезных и не очень — насчет гендерных ролей этой парочки, насчет их интимной жизни и/или ее отсутствия, насчет сексуальной ориентации Кена и их матримониального статуса и т. д. и т. п. Поэтому совершенно внезапно провозглашенный производителями разрыв отношений между Барби и Кеном стал для всех, включая преданных фанатов, казалось бы способных предсказать любые перипетии в жизни этих кукол, громом среди ясного неба. По счастливой случайности о «разводе» этой так никогда и не поженившейся пары было объявлено ровно тогда, когда я писала эту главу. Это дало мне шанс попытаться увидеть игру, которую компания вела со своими куклами на протяжении сорока с лишним лет, в некоторой завершенной перспективе. Как это часто бывает с детскими и финансовыми играми, ее прекращение говорит о происходящем больше, чем ее ход.

Каким же был этот роман, не только во многом определивший наши собственные взгляды на образ Барби но, но утверждению ряда заинтересованных сторон, задавший тон в отношениях с противоположным полом для нескольких поколений девочек, и почему он распался?

Кен появился в жизни Барби в 1961 году и сразу был позиционирован в качестве "handsome steady" — красавчика, с которым она встречается постоянно, ее постоянного «парня». Изначально большинство руководителей компании были против создания такой куклы — весь опыт индустрии игрушек доказывал, что куклы мужского пола не востребованы рынком и не окупаются, но необходимость создать «дружка» для Барби становилась все более и более очевидной: девочки хотели играть в свидания и в свадьбы. Слоган рекламной кампании по промотированию Кена был совершенно

очаровательным: "He's a doll!" ("Он просто куклолка!"). Телереклама показывала момент знакомства Барби и Кена: действие происходило на балу, где Барби замечала красавчика и влюблялась в него с первого взгляда.

Это был самый стык эпох, период, когда перед глазами хороших девочек конца пятидесятых замаячила сравнительная свобода. Шло становление неофеминизма, у женщин умирала вера в исполнение своей личной "американской мечты" путем заполучения богатого мужа, собственного дома, положения в местном благотворительном комитете и хорошеньких нарядов, которыми можно щеголять на его собраниях. Когда появился Кен, до системообразующего бестселлера Бетти Фридан "Загадка женщины" оставалось два года. Этот бестселлер, ставший впоследствии библией феминизма, взорвет представления о «предназначении» женщины, о материалистическом рае и о необходимости отказа от иных достижений ради счастья домашнего очага. Но и в год появления Кена в реальности уже намечался совершенно явственный, пусть и не проговоренный еще сдвиг, хотя женские журналы продолжали проповедовать домашние ценности. Все происходящее в этот период, естественно, сыграло огромную роль в становлении Барби в целом — например, ее исходный карьеризм, безусловно, был одним из последствий этого фактора (я еще буду говорить об этом в третьей части книги), но в том, что касается отношений полов, общество, конечно, оставалось консервативнее всего. Поэтому так часто повторяемое производителями утверждение о том, что "Барби не зависит от мужчин и не нуждается в них, чтобы хорошо проводить время", поначалу совершенно не соответствовало действительности — наоборот, Барби казалась настолько привязанной к Кену и зависимой от него, что ее поведение нередко называли антифеминистским. В одном из комиксов Барби помогает Кену в саду; сцена завершается фразой: "Я готова делать это когда угодно, Кен, лишь бы мы были вместе".

Отношения Барби и Кена очень сильно эволюционировали за эти сорок три года. Забавно осознавать, что они эволюционировали фактически так же, как если бы речь шла о нормальной человеческой шкале жизни — просто процесс естественным образом был намного медленнее. Как и всякая едва вступившая в отношения пара, Барби и Кен были откровенно и очень сильно влюблены друг в Друга: большой портрет Кена стоял на полочке первого "Дома мечты" — картонной коробочки, раскладывавшейся в подобие небогатой гостиной, молодая пара записала пластинку с песнями о своей любви, компания поставляла этих голубков в подходящих друг к другу костюмчиках для вылазок на пикник или на вечеринку и продавала комиксы "Барби и Кен", в которых пара общалась очень нежно и трогательно. Словом, в первые годы знакомства отношения Барби и Кена были в чистом виде отголоском пресловутой схемы "идеальной американской семьи" — схемы, терпевшей откровенный крах в реальном мире. И все-таки продажи Кена никогда не отличались особой высотой. В 1968 году компания даже прекратила выпуск Кена, никаким образом не увязывая это с легендой Барби и вообще не афишируя это событие лишней раз. Но через год Кена пришлось вернуть. В мире Барби он, как выяснилось, играл гораздо более важную роль, чем просто сопутствующая кукла на продажу: Кен охранял исключительно сексапильную, телесно развитую и свободомыслящую барышню Барби от лишних вопросов со стороны как детей, так и родителей. Кен был чем-то вроде фиктивного мужа для королевской куртизанки, персонажем, не имеющим самостоятельного значения, но введенным в картину для того, чтобы охранить репутацию женщины.

Как и положено такому фиктивному мужу, Кен был вынужден постоянно демонстрировать миру идиллию отношений с Барби, предоставив своей подруге заниматься модой, карьерой, созданием собственного имиджа и развитию отношений с друзьями и подружками. Барби могла очень надолго забывать про Кена, Кен же не мог себе позволить забыть про Барби. Словом, период, когда Барби и Кен выглядели идеально влюбленной парой, быстро сменился вполне типичной картиной: по уши влюбленный и очень слабый Кен увивается за едва замечающей его красавицей Барби. Постепенно двойственность ситуации была доведена до комичного. С одной стороны, Барби действительно стала такой, какой ее и в некоторой мере (и, по крайней мере, в этой области) хотели видеть феминистки, т. е. женщиной, абсолютно не зависящей от мужчины, не нуждающейся в его поддержке для того, чтобы развиваться как личность, и не ждущей его появления для того, чтобы отправиться развлекаться в компании друзей. С другой стороны, Барби постепенно превратилась и в символ другой крайности — в безразличную и бессовестную женщину, в грош не ставящую своего любящего и внимательного партнера.

Критики опять были недовольны, справедливо замечая, что Барби снова создает у девочек неправильное впечатление об отношениях полов. Впрочем, это обвинение естественным образом не слишком волновало создателей куклы. Едва ли не с первого года существования Барби компания была занята ведением двойной игры, одной рукой подталкивая Барби к образу сильной девушки — смелой, независимой, способной добиться чего угодно карьеристки, а другой рукой удерживая ее в рамках гипертрадиционной парадигмы так называемого "искусства быть женщиной", со свойственным этой

парадигме обсессивным интересом к вопросам внешности, моды, жилища и интерьеров, заботы о младших членах семьи и возни с комнатными собачками. Огромная сложность такой двойной игры подразумевала, бесспорно, некоторые неизбежные перекосы. Одним из них явилось создание системы непреклонного матриархата в отношениях Барби с Кеном. Откровенно говоря, любая другая модель отношений была попросту невозможна. По понятным причинам ставить Кена в доминантное положение было нельзя, а попытка создать в рамках легенды равные отношения между любовниками, безусловно, заставила бы Барби несколько замедлить рост собственных достижений просто для того, чтобы проводить больше времени со своим бойфрендом. Конечно, в некоторой идеальной схеме компания могла создать из двух кукол некоторый идеальный тандем, в рамках которого Барби и Кен ко всем своим достижениям шли бы вместе: не «Барби-Астронавт», а "Барби и Кен — астронавты", не «Барби-Юрист», а "Барби и Кен открывают собственную юридическую фирму". Но, конечно, на практике такое построение было невозможно, его элементарно не допустил бы рынок. Мужские куклы, как и во все времена, по-прежнему не пользуются особой популярностью, особенно среди маленьких девочек. Делать Кена в пандан к каждой специализированной Барби или каждый раз продавать двух кукол в одной упаковке было бы абсолютно немыслимо.

В результате компания всю дорогу выпускала в основном те версии Кена, которые соответствовали не занятиям и профессиям Барби, а изменениям ее жизненного стиля. Другими словами, Кен не участвовал в ее карьере, но появлялся, когда Барби отправлялась на Малибу, или собиралась пойти потанцевать, или начинала овладевать речью, или вносила еще какие-нибудь поправки в свою личную или социальную — но не профессиональную! — жизнь. Тогда Кен моделировался соответственно и принимал участие в событиях по мере сил. Существовал «Кен-Свидание-мечты», «Кен-Супертанцор», «Кен-Суперспортсмен», «Диско-Кен», «Кен-На-пляже», «Кен-Суперзвезда», «Кен-развлекается» и т. д. Вечное стремление избежать какой бы то ни было профессиональной активности и исключительная преданность Барби постепенно сформировали образ Кена не то как альфонса, не то как еще одного аксессуара той самой "сучки, у которой есть все". Он стал такой же игрушкой Барби, таким же трогательным бессловесным компаньоном, как и ее 39 домашних животных, включая львенка, панду и зебру. По большому счету, создатели акцентировали этот факт разнообразными явными и неявными способами. Так, журнал "Играем с Барби" и книги серии "Библиотека Барби" постоянно предлагают читателю сюжеты, благодаря которым складывается абсолютно однозначный образ Кена как придурковатого простачка на вторых ролях. Впрочем, это относится не только к Кену, а вообще ко всем мужским персонажам в созданном компанией пластиковом мире. Барби и ее подругам всегда принадлежат все гениальные идеи и инициативы, они же выполняют основную работу и принимают системообразующие решения. В то же время представители мужского пола слушают то, что им говорят, отпускают забавные реплики, становятся поводом для дружеского смеха и дарят дамам дорогостоящие подарки. Вот типичный сюжет под названием "Чудесное украшение": Барби решает устроить благотворительную ярмарку, на которой будут продаваться украшения. Барби придумывает дизайн украшений, ее подруги подбирают названия для коллекции. Барби и Скиппер организывают работу; мужчинам разрешается забивать гвозди и носить стулья. "А это куда?" — спрашивает приятель Скиппер, держа в руках большую вазу, на что Барби отвечает ему как слабоумному ребенку: "Осторожно, она очень хрупкая!" В следующем кадре комиксов Кен держит в руках молоток. Восклицание "Ох, ушиб палец!", видимо, приглашает нас посмеяться. Барби и ее подруги развешивают украшения по деревьям, декорируют фонтан и, наконец, едут переодеваться в вечерние костюмы. Появляется Кен в такси и сообщает, что он оставил карету в неполюженном месте. Дальше Барби позволяет ему отвезти себя на праздник, и мы наблюдаем, как дамы совершают покупки для своих подружек и собачек; мужчины остаются безмолвны, и только в самом конце Кену перепадает единственная реплика: он сообщает, что любимое ожерелье Барби он приобрел лично и припрятал, чтобы подарить его своей красавице. В манере, свойственной дешевому жиголо, он отдает Барби розовую игрушечку и сообщает, что ожерелье принесет счастье в том случае, если хозяйка поцелует дарителя, на что Барби, получившая из рук дорогой аксессуар, милостиво отвечает: "Ты такой хороший, что заслужил поцелуй без всякого подарка".

В другом сюжете подружки Барби обсуждают свои академические достижения, и одна из них сообщает, что писала реферат на тему "Лечение пением". Барби решает запеть. Дальше дамы обсуждают новую машину одной из них, с ветерком едут на репетицию хора, Барби напропалую кокетничает с хормейстером, но вот, наконец, в картине появляется Кен: мобильник Барби издает звуки "бип-бип-бип!". "Интересно, кто это?" — спрашивает Барби. Телефон отвечает: "Привет, это я, Кен!", на что Барби реагирует словами: "Привет, сейчас не могу говорить, я перезвоню тебе позже". В конце комикса фигурирует реплика Барби: " В следующий раз я оставлю мобильник дома". Практически для всех сюжетов, публикуемых в лицензионных журналах и книгах, повторяется одна и та же история: девушки решают отправиться туда-то и туда-то, Кен "соглашается их сопровождать", т.

е. не только не демонстрирует инициативу, но даже не "поддерживает идею" — он сопровождает Барби и ее подружек, как их сопровождали бы грум и горничная. Барби крайне редко делает что-то для своего золотого мальчика, в то время как желание Кена угодить возлюбленной иногда переходит все мыслимые и немыслимые границы. Например, Кен получает в свое распоряжение мотоцикл красного цвета, но если опустить его в теплую воду, он становится розовым, потому что это, по утверждению сопровождающей рекламы, "любимый цвет Барби". Другой пример: в 1984 году компания выпускает "Барби-Секретный-шкафчик". У этой версии куклы в груди проделано отверстие в виде сердечка. Отверстие может открываться и закрываться на манер пудреницы, а к кукле прилагается три сменных блока, которые можно вставлять в прорезь: розовый блеск для губ, сухие румяна, и — вы не поверите! — фотографию Кена. Казалось бы, прекрасная демонстрация романтического расположения. Но ее эффект полностью сходит на нет, как только вам доведется увидеть выпущенного в пандан Кена — "Кен-Секретный-шкафчик". У него нет собственной дырки в груди, но зато вместе с ним продается маленькая коробочка в виде сердца, которая может быть поставлена внутрь "Барби-Секретный-шкафчик", — в этой коробочке находятся... женские духи. На этикетке написано, что у Кена есть особый подарок для Барби и ее подруг.

Совершенно естественным образом возникает предположение, что и сама Барби навряд ли относится к Кену слишком серьезно или испытывает к нему особое уважение. Анекдоты про Барби нередко изображают схему, в которой Барби оказывается бессовестной вертихвосткой, строящей глазки направо и налево, в то время как бедный Кен, всячески заслуживающий сострадания, терпеливо ждет ее или таскается за ней, куда бы она ни пошла. Лично для меня идеальным примером такого восприятия стала известная реклама автомобилей компании «Ниссан». В 1999 году «Ниссан» создала рекламный ролик, заставивший «Маттел» подать в суд на гиганта автомобилестроения. Главными героями ролика были куклы, одна из которых выглядела, по словам юристов компании, "исключительно похожей на GI Joe" — знаменитую американскую куклу-солдата, в какой-то мере существующую в общественном сознании в качестве символа утрированной мускулинности (как Барби существует в качестве символа утрированной фемининности). В ходе рекламы GI Joe вырывается из пасти динозавра и прыгает в красный «ниссан» с открытым верхом. Он пронесется по комнатам и доезжает до девичьей спальни, посередине которой стоит типичный розовый "Дом мечты" — "исключительно похожий на дом для Барби". Он сигналил у дверей, и на его сигнал выглядывает кукла, "исключительно похожая на Барби". При виде GI Joe в красной машине она сбегает вниз и уезжает с бравым солдатом в дальние дали, в то время как кукла, "исключительно похожая на Кена", грустно смотрит на них с балкона. «Маттел» долго судилась с «Ниссан», выдвигая множество показательных претензий. Общее утверждение о нанесении вреда имиджу компании и ее товару распалось на несколько занимательных мелких замечаний, так, создавалось впечатление, что больше всего компанию не устраивало поведение псевдо-Барби: мол, достаточно побибикать ей из красивой машины, и она готова оставить дом и любимого и броситься навстречу приключениям с неотесанным мужланом... Так или иначе Кен оставался за бортом, не вызывая ничего, кроме жалости.

Другой постоянной темой, связанной с существованием Барби и Кена как влюбленной пары, становится тема сексуальной жизни. Создатели этих кукол всеми возможными способами настаивали на непорочности своей девочки, по большому счету никогда не ставя Барби в ситуацию, подразумевающую хоть какую-то сексуальную активность. Компания даже старалась не использовать в рекламах слов, которые могли бы иметь хоть какой-то «неправильный» подтекст, в частности, мне не удалось найти примеры реклам, где Барби называлась бы «attractive» ("привлекательной") — слово с однозначным эротическим привкусом. Обычно компания использует какие-нибудь эпитеты вроде: «adorable» и «tremendous». В то же время Барби и Кен живут абсолютно взрослой жизнью, в которой присутствуют работа, социальные проблемы, владение собственностью. Мало того, как уже упоминалось, у Барби и Кена есть не только женатые друзья, но и друзья, обзаведшиеся детьми, в частности Мидж и ее муж. На этом фоне оставаться непорочной было для Барби особенно трудно, а ее нежная связь с Кеном волей-неволей наводила на вопрос о том, чем две куклы занимаются в расфуфыренных "Спальнях мечты". Компания пыталась давать ответ на этот вопрос, просто не пуская Кена в расфуфыренные "Спальни мечты": во всех сюжетах комиксов и книг он или "приходит в гости", или "забегает на минутку", или — что еще предпочтительнее — встречается с Барби где-нибудь в гостях или на вечеринках, но никогда не остается на ночь. Отсутствие у обеих кукол гениталий тоже играло немалую роль, порождая множество спекуляций. Две популярные версии — "эта стерва Барби не дает бедному Кену" и «Кен-импотент», но наиболее популярным из всех стало предположение о том, что на самом деле Кен — скрытый гей. Честно говоря, более или менее достоверных доводов в пользу этой версии всегда хватало. Во-первых, многие повадки Кена копировали карикатурный тип мужского гомосексуального поведения; в частности, Кен уделял слишком много внимания своей внешности, безукоснительно следовал моде, никогда не посягал на

девственность своей подруги, вызываясь ярко одевался, был настораживающе неагрессивен и всегда сохранял идеальную прическу. Один из моих приятелей, узнав о разводе Барби и Кена, сказал: "Ну, теперь Кен наверняка найдет себе богатого папика".

В мультипликационном сериале «Симпсоны», знаменитом, среди прочего, острой сатирой на американский образ жизни, в какой-то момент появился эпизод под названием: "Лиза против Стейси Малибу". Лиза — маленькая девочка-феминистка, одна из главных героинь сериала — возмущена появлением на прилавках магазинов говорящей вариации популярной куклы Стейси. В эпизоде пародируется скандал вокруг говорящей Барби, о котором я еще буду рассказывать подробно. В ходе истории с Малибу Стейси выясняется, что другой постоянный персонаж сериала, прилизанный молодой мужчина-клерк, на самом деле — председатель Клуба Фанатов Стейси. Среди реакций на эпизод я прочитала следующее высказывание: "С этого эпизода становится ясно, что Смитерс все-таки гей. & lt;...& gt; Просто потому, что он председатель Клуба Фанатов Стейси. Это так по-гейски! Основные коллекционеры Барби — все геи!" Последнее утверждение совершенно не соответствует действительности, как мы еще увидим, но высказывание в целом очень показательно.

Тема гомосексуальности Кена периодически педальруется художниками, например американцем Альбертом Крудо, создавшим серию фотографий Кена и его друзей. Среди снимков несколько так называемых "сцен из виртуальных фильмов". Одна такая сцена называется "За каждым великим мужчиной стоит другой великий мужчина" и изображает Кена и, кажется, Аллана: обнаженные, они стоят рядом, Кен впереди, Аллан сзади. Другая сцена из виртуального кино называется «Беседа», и на ней две голые вариации Кена разных лет стоят очень близко, лицом к лицу, и проникновенно смотрят друг другу в глаза.

Сальные шутки превратились в газетные статьи в 1992 году, когда была создана вариация Кена под названием " Earring Magic Ken" ("Кен-Волшебная-серьга"). У этой модификации был исключительно провокативный вид: розовые брючки, ярко-розовая рубашечка сеточкой и лиловый жилет. Этот Кен был блондином, на шее у него красовался шнурок с металлическим кольцом, а в ухе располагалась небольшая съемная серьга — правда, в левом ухе, а не в правом, как того бы требовала подлинная gay pride. Народ был в полном восторге. " Earring Magic Ken" был немедленно назван " Gay Ken", или — в политкорректной манере — " Alternative Lifestyle Ken". Его называли "самым знаменитым Кеном с самой дурной репутацией". Журналисты бросились рыться на фанатских сайтах и накопили достаточное количество шуток и спекуляций на тему ориентации Кена, основанных еще на его обычной манере одеваться и на отсутствии сексуальных отношений между Кеном и Барби, и с радостью пересказали эти шутки своими словами. Компания оказалась абсолютно не подготовленной к такой атаке, что поразительно само по себе; создателям Барби пришлось оправдываться и отбивать нападки. В частности, спикеры компании объясняли, что, судя по последним опросам, таким Кена хотели видеть маленькие девочки; их же задача состояла в том, чтобы сделать старого доброго Кена чуть более cool. Никакого Alternative Lifestyle и никакой gay pride, а только воля маленьких девочек — непреложный закон для производителя игрушек.

Так или иначе в результате как положительного, так и отрицательного пиара Кен с серьгой в ухе был сметен с магазинных полок. Долгое время муссировался слух, гласящий, что такую славу и такие высокие продажи "Волшебной серьге" обеспечили не кто иные, как сами геи (а отнюдь не маленькие девочки, желавшие видеть Кена "именно таким"). Не раз и не два высказывалось предположение, что компания «Маттел» создала своего «альтернативного» Кена ни много, ни мало в сознательном расчете на гей-комьюнити. Говорили, что такая популярность куклы среди сексуальных меньшинств была результатом продуманного маркетингового хода. В последнее верится мало, но в ретроспективе мне представляется, что истина располагалась где-то между двумя полюсами. Дело в том, что начало 90-х было, среди всего прочего, тем самым временем, когда гей-культура начала обретать особую, не виданную доселе легитимацию, открыто проникая в мейнстрим, масс- и поп-культуру. Многие известные персоналии эстрадного и медийного толка начинали в те годы "выходить из шкафа". Новые книги и фильмы рисовали совершенно особый, невиданный доселе образ мужчины-гея, уже не слабого женоподобного юношу, страдающего от мучительных последствий детских травм, но успешного, популярного, продвигающегося по службе молодого человека. Такой "новый гей" оказался человеком модным, интеллектуальным и прекрасно вписанным в общество, по крайней мере в те слои общества, которые готовы были его принимать. 1992 год — год выпуска «Кена-Серьги» — был в некоторой мере триумфальным для всей западной гей-комьюнити: вышла системообразующая книга Эрика Маркуса "Творя историю" (" Making history") об истории гомосексуализма и гей-движения, в университете Нью-Йорка открылся Центр изучения лесбийской и гей-культуры, наконец, в Лондоне состоялся первый фестиваль « Europride», ставший с тех пор ежегодным, — парад гордости европейских геев и лесбиянок, каждый раз собирающий более миллиона участников. Кроме того, именно в 1992 году были опубликованы маркетинговые исследования, показывающие, что геи и лесбиянки в среднем

тратят больше денег на развлечения, чем гетеросексуальные представители их возраста и класса. Естественным образом рынок развлечений начал охоту за этими деньгами; возникло несколько культовых произведений, посвященных перипетиям жизни представителей сексуальных меньшинств, в частности «Адвокат» и «Out». Таким образом, скорее всего, не «Маттел» создавала своего неоднозначного Кена в расчете на то, что его будут покупать представители меньшинств, а маленькие девочки включали в понятие cool многие гомосексуальные символы, не понимая стоящего за ними смысла. Мужчины с серьгой в ухе к тому моменту стали постоянными гостями ток-шоу, розовую рубашку в сеточку носил Эдди Мерфи, журналы пестрели фотографиями поп-идолов в разноцветных одеждах нежного покроя. Ничто не мешало считать старину Кена в этом новом облачении absolutely cool. Тем не менее все, кому не лень, сочувствовали бедной Барби и выражали надежду на то, что она спасется от женской неудовлетворенности в объятиях GI Joe. Некоторые объясняли, что брак Барби и Кена исключительно удачен в силу того, что на самом деле обе куклы имеют альтернативные сексуальные предпочтения: не только Кена называли геем, но и Барби, всегда исключительно нежную со своими многочисленными подружками, изображали с вибратором или со strap-on — неизменным символическим атрибутом активных лесбиянок.

Глава 6. **БРАК ПО РАСЧЕТУ: ПАРНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В МИРЕ БАРБИ**

Лесбиянка или нет, но Барби всегда мучительно хотела выйти замуж; какая-то трагическая история — "Про Барбару Робертс, которая любила, да замуж не вышла". Честно говоря, она захотела замуж еще до того, как полюбила: для самой первой Барби в 1959 году среди четырех других одежек было создано свадебное платье. Тема свадьбы в мире Барби огромна, но при этом к слову «свадьба» активно присоединяется слово «мечта» — Dream Wedding. Постоянно появляющиеся многочисленные вариации Барби в свадебных платьях — одно роскошнее другого — обязательно сопровождаются сообщением, что Барби "воображает себя невестой". "Каждая девушка мечтает о свадьбе, и Барби не исключение... Когда же наступит счастливый день?" — этой подписью сопровождается демонстрация «сезонных» свадебных платьев для Барби в официальной "Энциклопедии моды Барби", выпущенной издательством Dorling Kindersley в сотрудничестве с производителями куклы. Правда, другие люди в мире Барби вполне могли сочетаться браком (что должно было значительно усиливать фрустрацию бедной девочки): так, в 1983 году поженились Трейси и Тодд, а в 1988 году лучшая подруга Барби Мидж вышла замуж за друга Кена Алана — тоже одну из старейших кукол компании. Сама Барби и ее младшая сестричка Келли фигурировали в качестве подружек невесты, а младшего брата Кена в свое время предлагали публике в хорошеньком крохотном фраке и с атласной подушечкой, на которой лежали кольца. Впоследствии Мидж и Алан стали основой проекта Happy Family, призванного защитить компанию от нападков по поводу отказа самой Барби от семейных ценностей: супружеская пара обзавелась сперва одним, а затем и другим ребенком, а еще позже — бабушкой и дедушкой.

Безусловно, в 1959 году, когда Барби только появилась, тема свадьбы была одной из самых актуальных тем для маленькой девочки: рано или поздно ее непременно ждала свадьба в белом, эта свадьба в определенной мере была смыслом ее жизни и ориентиром в юные годы. Позволить девочке мечтать о свадьбе вместе с Барби было как нельзя более удачной идеей. Не исключено, что сейчас тема свадьбы стала менее актуальной, но роскошь создаваемых компанией подвенечных нарядов по-прежнему обеспечивает Барби-невесте огромное внимание и огромные прибыли. Естественный тренд создания свадебных нарядов для таких кукол настолько распространен, что почти любое подражание Барби — все эти Дианы, Сьюзи и Ненси — обязательно имеет в своих коллекциях хотя бы один соответствующий наряд. Более того, идея о том, что маленькие девочки любят играть в свадьбы, периодически порождает совсем уж невероятные товары. Так, несколько дней назад я наткнулась в магазине игрушек на огромную коробку тайваньского производства. Коробка (кстати, розовая!) представляла собой игровой набор "Свадьба лошадок" ("The horsy wedding")! Стоя на ватных от ужаса ногах, я разглядывала двух небольших, длиной 7–8 см пластмассовых белых лошадок, на одну из которых была нацеплена фата и что-то вроде белой кружевной юбки, а на другую — цилиндр и подобие фрака. Лошадки при этом совершенно не были антропоморфными, стояли, как положено, на четырех ногах и имели длинные синтетические хвосты. Среди прочих атрибутов в наборе был огромный пластмассовый свадебный торт кольца, которые можно одевать лошадкам на ноги, гирлянды, приглашения для гостей и букеты цветов, в частности букет невесты...

Слава Богу, матримониальная obsессия Барби еще не дошла до того, чтобы женить своих бесконечных собачек и лошадок, и все же, как намекнула спикер компании, комментируя разрыв между Барби и Кеном, именно тема свадьбы и стала основным камнем преткновения в отношениях

звездной пары. Журналистам было заявлено, что Барби "слишком навязчиво хотела замуж", а Кен "не был готов связать себя брачными узами" — и это после 43 лет тесных отношений! Другая часть легенды о разрыве гласила, что Барби и Кен "немного устали друг от друга" и "хотят провести некоторое время (это важный момент, заметим его!) по отдельности". О том, кто стал инициатором разрыва, компания умалчивает. Спикер компании объяснила, что постоянная попытка Барби облачиться в подвенечные наряды "напрягает Кена" и "действует ему на нервы". "Он совершенно не собирался на ней жениться, и когда она наряжается в эти платья, она пытается выдать желаемое за действительное", — подчеркнула спикер. На самом сайте компании сообщение о разрыве Барби и Кена сопровождается рисунком — мордочки двух кукол в разбитом сердце. Бьются или не бьются пластиковые сердца — еще вопрос. Здравомыслящие люди, естественно, ищут более прагматичную причину такому решению компании, тем более что компания уходит от ответа, избегая любых логичных и зрелых комментариев экономического или финансового порядка и отделяваясь от журналистов сентиментальными фразами из кукольной легенды. Главная версия наблюдателей проста: Кен продается во много раз хуже Барби, честно говоря, слабо продается. Не исключено, что создатели Барби элементарно хотят избавиться от нерентабельного доводка к своей звездной кукле. Впрочем, сама компания такую версию отрицает: "Кен будет искать новые дороги", и "Барби и Кен навсегда останутся друзьями". Компания утверждает, что прекращать продажи Кена или снимать его с конвейера она никоим образом не собирается. Между тем совершенно понятно, что новой вариации экс-бойфренда Барби мы, скорее всего, в ближайшие годы не дождемся, если дождемся вообще.

Другая версия о подлинных причинах разрыва Барби и Кена гласит, что компания проделала такой трюк с целью, чтобы придать своей кукле новый статус на рынке, становящемся все более и более конкурентным. В частности, попытка освободить Барби от всем надоевшей романтической связи и в будущем, возможно, попытаться сделать ее личную жизнь более динамичной, дала бы компании шанс вернуть себе рынок девочек-подростков старше 7 лет. Считается, что в этом возрасте интерес к игре в куклы ослабевает, и в данный момент целый ряд компаний-производителей игрушек пытается создать продукт, который соответствовал бы запросам этой более взрослой аудитории. В частности, главным конкурентом Барби в последнее время стали считать компанию MGA, о которой я еще буду говорить позже. В общих чертах: MGA создала серию кукол под названием « Bratz », изображающих девочек-модниц подросткового возраста. Эти куклы совершенно другого рисунка, нежели рафинированная Барби, — они урбанистичны и имеют утрированную внешность персонажей модных комиксов. В отличие от Барби, вторая пытается быть ролевой моделью, куклы « Bratts » в общем и целом пытаются быть лучшими подружками. Они не заняты карьерой, они просто учатся в школе, ходят за покупками, интересуются мальчиками, посещают вечеринки, меняют наряды. По большому счету, они представляют собой не ту женщину, которой ты хочешь быть в будущем, а ту девочку, которой ты хотела бы быть сейчас. На удар со стороны « Bratz » производители Барби ответили выпуском серии кукол под названием " My Scene " ("Моя сцена"), в точности копируя концепцию « Bratz ». Но и на фронте Барби компания, конечно, собирается бороться до конца, поэтому очень вероятно, что развод Барби и Кена был продиктован желанием придать жизненности слишком идеальной кукле. Кроме того, было понятно, что такое смелое решение станет идеальным информационным поводом: Барби получит новую волну общественного внимания. Этот расчет полностью оправдался: по теме развода Барби и Кена не отписался только ленивый. Стратегически правильно выбранная дата для оглашения развода тоже способствовала информационному буму: Барби и Кена развели 12 февраля — фактически в канун Дня святого Валентина, когда все медиа как раз заняты разработкой романтической тематики. В дни развода Барби появилась на первых страницах множества изданий и сильно выросла в показателях поисковых машин. Кроме того, ситуация сильно подняла продажи покинутого Кена: и коллекционеры, и простые любители кукол не слишком поверили в заверения, что бывший любовник Барби не исчезнет с магазинных полок, и бросились скупать "будущий раритет". Я провела несколько дней, наблюдая реакцию, вызываемую решением компании у самых разных людей. Выяснилось, что те, кто не связан с тематикой Барби напрямую, по большей части обходятся типичными разводными шутками: так, в одной статье говорилось, что "красный феррари перестал удовлетворять Барби как женщину", в другой автор писал: "Я надеюсь, что у Кена есть хороший адвокат, поскольку мы все знаем, кто зарабатывал деньги в этой семье". По большому счету, этот анекдот повторяет давно бытовавшую шутку про разведенную Барби: человек заходит в магазин и обнаруживает, что на полках стоит «Барби-Космонавт» за 10 долларов, «Барби-Врач» за 10 долларов, «Барби-Ветеринар» за 10 долларов и "Разведенная Барби" за 200 долларов. Удивленный покупатель спрашивает у продавца, чем вызвана такая разница в ценах. Продавец поясняет, что разведенная Барби продается вместе с домом Кена, машиной Кена и вещами Кена. Те же, кто пытался анализировать ситуацию, а не шутить, часто жаловались, что создатели Барби подали детям исключительно плохой пример. По утверждению автора одной из таких статей, "дети и так

видят слишком много разводов", а теперь, когда разошлись Барби и Кен, "у них перед глазами вообще нет позитивной модели отношений". Статья заканчивалась словами: "Маттел! Пусть тебе будет стыдно за то, что ты думаешь о деньгах, а не о чувствах!"

На этом надрывном фоне наиболее интересными оказались реакции тех, кто вовлечен в мир Барби больше всего, т. е. фанатов и коллекционеров. Тематические форумы кипели несколько дней. Всплывали высказывания типа: "Когда я услышала эту новость, я с трудом сдержалась, чтобы не позвонить на работу и не сказать, что я больна"; "Я сидела перед телевизором и не знала, что мне делать дальше". Между фанатами в тяжелые дни развода Барби произошел тихий раскол: одни полностью поддерживали решение «Маттел», вторые считали его едва ли не преступным. Первая категория объясняла, что у Барби "серьезный кризис средних лет" и что "если она приняла решение расстаться с Кеном, то ей это было нужно". Многие считали, что так Кену и надо, поскольку он до сих пор не додумался жениться на женщине своей мечты. Одна девушка писала: "Я до сих пор не могу поверить, что такая блистательная женщина, как Барби, провела сорок с лишним лет с эгоистичным метросексуалом", в то время как она "лично знает несколько солдат Джо, которые были бы счастливы встречаться с Барби". Среди тех, кто противился разводу, были фанаты, признававшиеся, что печальное известие довело их до слез. "Маттел, как ты могла так поступить? Это была прекрасная любовь!", "Не могу поверить, что мы должны забыть словосочетание "Барби и Кен"". Наиболее интересной мне показалась очень распространенная реакция самоутешения: огромное количество фанатов заверяли друг друга, что на самом деле компания проделала это специально: через год Барби и Кен мирно сойдутся снова, навсегда, а компания заработает бешеные деньги, продавая свадебные наборы. В целом может оказаться, что эта версия не так уж наивна. Здесь следует вспомнить, что представитель компании объяснял, что Барби и Кен решили провести по отдельности "некоторое время".

Естественно, наиболее животрепещущим вопросом стал вопрос о том, как личная жизнь обоих персонажей будет развиваться дальше. Компания ничего не сообщала касательно Кена, который теперь, конечно, станет в мире Барби фигурой второго ряда, но зато намекнула, что у Барби есть кое-кто на уме. С этим «кое-кем» будет встречаться готовящаяся к выходу новая версия Барби — "Cali Barbie" ("Калифорнийская Барби"), в легком сексапильном наряде, с крупными серьгами и глубоким загаром. А «кое-кем» оказался персонаж по имени Блейн, существующий в мире Барби с 1999 года. Блейн появился в качестве одного из двух мужских персонажей в новой линии друзей Барби, выпущенной компанией 4 года назад. В этой линии присутствовала сама Барби — снова школьница, но на этот раз не из Виллоуз, Висконсин, а из Нью-Йорка, а также ее подружки — представительницы разных рас, общим числом — пять. В то время Блейн был нью-йоркцем. Он фактически представлял собой копию с однажды анонсированной, но так и не выпущенной куклы по имени Зак, обещавшей стать бойфрендом одной из сестер Барби, девушке по имени Скиппер. Вся линия "Generation girls" была создана в качестве собравшейся вокруг Барби новой музыкальной группы, третьей по счету. Блейн был помешан на музыке, в основном на хип-хопе, и на все вопросы в своей анкете отвечал примерно в одном и том же духе: "Лучшее занятие — расслабляться под музыку, любимое времяпрепровождение — слушать диски с друзьями". Однако в 2001 году Блейн претерпел значительные изменения. Он потерял американское гражданство и приобрел австралийское, у него появился легкий акцент, а кроме того, он забросил музыку и предался серфингу. Поэтому с "Калифорнийской Барби" им, естественно, предписано встретиться на морском берегу. Забавно, что вопрос: "Волнует ли вас тот факт, что теперь Барби планирует встречаться с иностранцем?" был встречен на форумах, посвященных Барби, всеобщим возмущением, и не только из соображений политкорректности. Большинство фанатов заявляло, что компания не может и не будет предписывать им, с кем встречать их любимой кукле. Кто-то говорил, что он всегда ставил в пару Барби тех мужских персонажей, которые ему нравятся, и чихал на Кена, кто-то заявлял, что его Барби ни много, ни мало — лесбиянка. Одна из участниц дискуссии сказала, что Барби ее подруги регулярно встречаются с 12-дюймовыми монстрами из Star Track. Другая считала, что лучший партнер для Барби — ее любимый плюшевый медведь.

Меня же саму, честно говоря, больше волновал не вопрос "Кто вы, мистер Блейн?", а вопрос о том, каким вообще станет поведение Барби в отношениях с противоположным полом. Мы все настолько привыкли видеть Барби абсолютно моногамной, что практически воспринимаем происшедшее как замену верного Кена Блейном — постоянным спутником, который пребудет рядом с Барби в ближайшие 43 года. Поверить в то, что Барби сейчас предается бурному промискуитету, довольно сложно. «Маттел» явно намерен до конца хранить образ Барби как непорочной девы. И все-таки не исключено, что отношения Барби и Блейна не будут такими же тесными и навязчиво-романтичными, какими были отношения Барби и Кена. В то же время производителям куклы совершенно необходима мужская фигура, ассоциируемая с миром Барби, хотя бы для того, чтобы

фигурировать в многочисленных коллекционных наборах, где мужскую и женскую роль до сих пор играли Барби и Кен. Например, Кен как Джеймс Бонд и Барби как Бонд- girl или Кен как Рикки Рикардо и Барби как Люси Рикардо. Неизвестно, как компания будет решать эту проблему, — делая Блейна таким же прихвостнем Барби, каким был Кен, или меняя мужских персонажей в качестве ее партнеров, или вообще выработав принципиально новую модель работы, например, модель, в которой мужского персонажа изображает не Кен в костюме, а кукольное подобие самого персонажа. Скажем, не "Кен как Джеймс Бонд и Барби как Bond Girl", а "Джеймс Бонд и Барби как Bond Girl"... Но так или иначе, убрав из жизни Барби постоянную тень Кена, компания расчистила своей кукле новую площадку для игр, более либеральную и более реалистичную.

Никоим образом не предполагая, что Барби сейчас начнет сходить и расходиться с разными мужскими персонажами, можно помечтать о том, что создатели куклы хотя бы расскажут своей 46-летней девочке о том, откуда берутся дети. Новая «освобожденная» Барби, конечно, вряд ли станет сексуальным воспитанием девочек, но она могла бы по крайней мере косвенно беседовать со своей целевой аудиторией об интимных сторонах жизни, например, включиться в кампанию по защите подростков от СПИДа или поддержать тенденциозные начинания Белого дома касательно пропаганды, направленной на предупреждение ранних беременностей. Впрочем, я и сама даю себе отчет в чрезмерной радикальности таких фантазий. Скорее всего, компания прекрасно понимает, что большинство родителей не потерпит у своих шестилетних дочерей куклу, готовую говорить о беременности или — не дай Бог — о том, как эта беременность возникает. Печально известный пример беременной Мидж демонстрирует нам, что никакие разговоры о важности сексуального воспитания в самом раннем возрасте не относятся к миру идеализированных символов — кукол. Таким образом, мы обнаруживаем очередной двойной посыл: вся прогрессивность Барби на самом деле является вуалью, под которой скрывается самый основательный, самый матерый консерватизм. И мало что так хорошо иллюстрирует этот печальный тезис, как отношения Барби с одной из главных составляющих ее грустной и сладкой искусственной жизни — с модой.

Глава 7.

ТОНЕНЬКАЯ ЮБОЧКА, ЛЕНТОЧКА В КОСЕ: БАРБИ И МОДА

Создавая свою куклу в 1956 году, борясь за нее с коллегами по компании на протяжении двух лет и, наконец, выпуская Барби на рынок в 1959 году Рут Хендлер, как уже говорилось, играла, вопреки бытующему мнению, отнюдь не на пустом поле. Большинство кукол действительно представляло собой младенцев, предназначенных для игры в дочки-матери. Но параллельно с ними существовали взрослые куклы, чей формат вполне напоминал Барби. Скажем, существовала Сисси, созданная компанией "Ma dame Alexander", на тот момент самая долговечная кукла-модница в мире, существовала мисс Ревлон с ее потрясающей узнаваемостью благодаря бренду косметической компании и тому, что ее наряды назывались так же, как последние косметические коллекции «Revlon». Тщательно одетые, снабженные массой костюмов, эти куклы продолжали многовековую традицию fashion dolls. Когда Хендлер представила широкой публике свой вариант взрослой куклы, она совершенно естественным путем заявила Барби как fashion doll; более того, она назвала Барби "юной манекенщицей", что долгое время оправдывало ее обсессивное увлечение тряпками в глазах наиболее настороженных родителей и критиков. По большому счету, рыночные шансы Барби были невелики, если бы не два важных обстоятельства. Первым было обстоятельство цены: Барби стоила всего три доллара, в то время как за ее альтернативы просили от 14 до 60 долларов — очень большие деньги по тем временам (в старых рекламах Барби — еще рассчитанных на родителей, а не на детей — присутствовал слоган "Mattel is Right On Money!"). Но второе обстоятельство оказалось гораздо важнее. Заключалось оно в том, что Хендлер лукавила с самого начала, говоря, что ее Барби — это еще одна fashion doll. На самом деле она стремилась создать не крошечный манекен для идеальных платьев, чей удел — стоять на каминной полке на виду у восхищенных гостей, а куклу, чья жизнь будет протекать в детской. До этого момента ни одна кукла-модница не была игрушкой в полном смысле слова. Хендлер же хотела, чтобы девочки не просто глядели на творение ее рук и набирались представлений о хорошем вкусе или учились правильно одеваться при любых жизненных обстоятельствах, как заявляли рекламы других кукол. Нет, она хотела, чтобы обладательницы Барби всю возились со своей игрушкой, моделируя интересующие их ситуации из взрослой жизни, не боясь переодевать, причесывать и вообще терзать куклу в свое удовольствие. Еще одно уникальное качество подхода Хендлер заключалось в том, что она стремилась создать не просто fashion doll, а буквально чуть ли не первую в мире, fashion doll с уникальной личностью и чертами характера. Она хотела, чтобы у Барби была легенда, жизнь, карьера, особый набор личных качеств, делающих ее

ролевой моделью не только в плане понимания моды, но и в плане приобретения правильного мировоззрения. Предназначенная подрастающим бэби-бумерам и использующая в своем названии только-только зародившееся слово «тинэйджер», Барби была готова к любым подвигам: личным, социальным и карьерным. Это устремление Хендлер не только не противоречило концепции fashion doll, но и плотнейшим образом, как мне видится, смыкалось с ней. Дело в том, что кукла является идеальным воплощением принципа "встречают по одежке". Сама по себе кукла — это просто грубо выполненный артефакт, очертаниями напоминающий человеческую фигуру. Глядя на безглазую болванку типа «палка-палка-огуречик», мы никаким образом не можем приписать ей тот или иной род занятий, профессию, характер, индивидуальные черты. Все эти вещи создаются исключительно за счет аксессуаров, элементов, добавляемых к этой болванке, — от росписи лица до укладки волос, от одежды до крошечных копий тех предметов, которыми прототипы кукол пользуются в своей профессиональной или личной жизни. Некоторым образом при таком раскладе получается, что упорно ненавидимый педагогами консюмеризм Барби и ее помешанность на гардеробе фактически продиктованы всеми ее положительными чертами: активностью, разнообразием интересов, умением перевоплощаться.

Таким образом, понятие моды, как исторически, так и концептуально, оказывается по сей день одним из ведущих понятий в мире Барби. Конечно, иногда волей-неволей закрадываются подозрения, что девочка на самом деле поехала на тряпках, например, когда ты обнаруживаешь, что одна из выпущенных «Маттел» в линии продуктов Барби плюшевых собачек — не аксессуар самой куклы, а игрушка нормальной величины — одета в розовую юбочку. Другая проблема заключается в том, что в жизни Барби были очень долгие периоды, когда ее одежда была низкокачественной и безвкусной. Например, так было в 1970-е, когда мир Барби, казалось, в целом катится к закату (я еще буду об этом говорить). Но, по большому счету, Барби до сих пор является одной из ведущих и, безусловно, самой известной и самой разнообразно одевающейся модной куклой мира; зачастую ее вкусу и стилю можно только позавидовать.

На протяжении всех 46 лет существования куклы ее создатели прилагают огромные усилия для поддержания славы Барби как ультимативного модного символа. За эти годы кукла получила больше миллиарда костюмов и столько же пар туфель. На сегодняшний день компания является четвертым по масштабу производителем женской одежды в США. Эта цифра касается производства одежды только для самих кукол, не считая лицензированной одежды для девочек. Некоторым образом Барби успевает играть одновременно на двух площадках. С одной стороны, она модница в обычном смысле слова, т. е. девушка, тщательнейшим образом перенимающая мельчайшие модные тенденции. С другой же стороны, Барби часто позиционируется как законодательница мод: имея в личных кутюрье несколько выдающихся дизайнеров современности, Барби вполне способна диктовать тенденции сама. Однако на деле ничего такого, увы, не происходит. Ультрамодные наряды Барби скорее легитимизируют те или иные модные тенденции, нежели диктуют их. Условно говоря, та или иная деталь или тот или иной стиль, отраженный в работах компании «Маттел», может считаться состоявшимся и устоявшимся, некоторым образом мейнстримным, т. е. узнаваемым и безо всяких возражений воспринимаемым самой широкой публикой. Если в начале 60-х Барби в точности копировала наряды Жаклин Кеннеди до тех пор, пока она не изменила родине, выйдя замуж за Анасиса, то в 1996 году она появилась в платье-трансформере, с ярко-голубыми ногтями, а сегодня щеголяет с голым пупком и с цветными приплетами в волосах. Для законодательницы мод Барби все-таки слишком сильно прислушивается к общественному мнению. Более того, существует целый ряд примеров, иллюстрирующих склонность Барби скорее быть, выражаясь профессиональным жаргоном маркетологов, последователем, чем тренд-сеттером, т. е. человеком, задающим тон. Самым ярким примером лично для меня оказалась обнаруженная моими друзьями в пражском музее игрушек серия кукол Барби, в свое время доведенная «Маттел» до состояния прототипа, но так и не пущенная в продажу: "Авангардная мода восьмидесятых". Отправившись в Прагу, я провела минут сорок в состоянии полного оцепенения: эти прототипы были потрясающими, невероятными — и совершенно, как я прекрасно понимала, негодными к продаже. Они были одеты в удивительно странные платья, состоящие из каких-то шаров, пружин, больших однотонных поверхностей, сложных геометрических конструкций и объемных каркасов. Их волосы были пышно начесаны, вызывающе-яркий макияж будил ностальгические воспоминания об аэробике и "Грязных танцах — 1", но эта высокая мода находилась так далеко от традиционного роскошно-рафинированного мира Барби, что рынок бы, безусловно, восьмидесятническую серию не съел. Куда как проще из года в год наряжать Барби, сделанных по мотивам "высокой моды", в тафту и кружева, варьируя только основную цветовую гамму и линии силуэта.

Представители компании, отвечающие за гардероб Барби, тщательно отслеживают как повседневную, так и кутюрную моду, являются постоянными гостями наиболее престижных модных

показов и привлекают к созданию именных кукол дизайнеров самой высокой моды. Так, в 1992 году на одном из показов представители компании выцепили Кристиана де Лакруа и через небольшой период выпустили коллекционную «Барби-де-Лакруа». Но в то же время ведется наблюдение и за самыми повседневными проявлениями моды, в том числе за стихийно зарождающимися в подростковой среде мелкими модными фишками, которые, являясь, по сути, отголосками высокой моды, могут на практике видоизменяться очень сильно. Стараясь угодить своей целевой аудитории, создатели Барби следят за этими видоизменениями с достойным уважением постоянством. Создание одежды для кукол веками имело свою, совершенно особую специфику, и эта специфика естественным образом становится особенно важна, когда речь идет не о мешковатых одежках для крупных, грубо сложенных кукол, но об идеально сидящих костюмах для миниатюрной Барби. Эта специфика заключается не только в проработке мелких деталей, но и в особом крое, никак не подходящем для человеческой одежды, поскольку кукла имеет совершенно неправильную анатомию, и в том, что использоваться могут далеко не любые материалы. Ткани, которые кажутся тонкими применительно к нашей одежде, для кукол оказываются очень грубыми, плохо ложатся и топорщатся крупными складками. Кроме того, требуются совершенно особые решения, связанные с тем, что девочки, безусловно, будут стремиться многократно переодевать куклу, но при этом не любят справляться (а иногда и не могут справиться) со сложными застежками, пуговицами и молниями. Кроме того, надо учитывать, что с одеждой для куклы будут, скорее всего, обращаться не очень бережно, часто натягивая ее впопыхах и как попало. При этом все материалы должны быть гипоаллергенными и нетоксичными. Стремясь решить эти проблемы, компания с некоторого момента начала самостоятельно производить очень значительное количество материалов, красок, фурнитуры, мелких деталей, используемых при создании костюмов для Барби — роскошь, которую может позволить себе далеко не всякий модельный дом. Кроме того, научно-технический прогресс, всегда имевший огромное значение для индустрии игрушек, в мире Барби играет совершенно особую роль. Производители Барби всегда старались и умели использовать новейшие материалы, появляющиеся на рынке. Если сразу после войны Барби всю носила моднейший супертехнологичный нейлон и его различные производные, а сама была сделана из ультрапрогрессивного пластика, то в последнее время компания все чаще и чаще стала не только использовать последние достижения, но и заказывать собственные разработки. Сначала речь шла только о красках и тканях, однако в 1999 году по требованию компании был разработан совершенно особый материал, из которого стали производить самих кукол. Компания хотела, чтобы этот материал был более приятным на ощупь, более восприимчивым к цветовым оттенкам, выглядел престижнее, чем обычный пластик, из которого делается подавляющее большинство тиражируемых кукол в мире, и весил бы больше, чем винил, — это сделало бы доставку кукол дороже, но зато играть с ними становилось удобнее. Но одной из главных задач, поставленных перед разработчиками новой плоти для самого популярного идола в мире, была нетоксичность нового материала. В 2000 году компания пережила довольно шумный скандал, связанный с исследованиями, по результатам которых старые, т. е. наиболее ценные, а иногда и просто бесценные, куклы, сделанные из поливинил хлорида, оказывались токсичными. На их поверхности с годами возникала липкая пленка (так называемая "пятнистая болезнь", хорошо знакомая коллекционерам Барби), которая, по словам ученых, содержала вещества, сходные с эстрогеном, и могла при попадании в желудок маленького ребенка привести к развитию ряда патологий, в том числе к деформации мужских половых органов. Откровенно говоря, результаты исследования имели в высшей степени теоретическую пользу: "пятнистая болезнь" распространялась только на Барби, сделанных в самом начале шестидесятых годов; большинство из них давным-давно выброшено на помойку, а сохранившиеся ценятся на вес золота, и шансы, что их станет облизывать маленький ребенок, стремились к нулю. Но практическим результатом исследования стала сформулированная производителями Барби задача по созданию нового материала, который не просто был бы нетоксичным в момент выхода куклы на рынок, но и оставался бы нетоксичным в течение лет.

В результате разработчиками была создана субстанция под названием *silkstone*. Этот определенный тип резины оказался приятно весомым, как фарфор, гибким и узнаваемым на ощупь, как используемый до него винил, мягким и бархатистым, как девичья кожа, и в то же время очень пластичным и в силу этого позволяющим обеспечить куклам тонкие черты лица. Надежный и нетоксичный *силкстон* был использован впервые для создания одной из самых престижных на сегодняшний день коллекционных серий Барби — официально она называется «Барби-Манекенщица» или «Барби-Модель», но обычно она именуется именно *Silkstone* Барби.

Работа дизайнера тоже отличается своей спецификой. Среди прочего, например, дизайнеры одежды для кукол иногда отказываются от привычки делать эскизы, поскольку эскизы не передают того, как на миниатюрной кукле будут ложиться ткани, и хорошо ли та или иная вариация будет смотреться на ее непропорциональном теле. В силу этих обстоятельств дизайн одежды для кукол

очень часто делается не с помощью эскизов, а с помощью драпировок на самой модели. Таким образом, дизайнеры, которые привлекаются компанией, работают в совершенно уникальных условиях: с одной стороны, они создают игрушечную моду, с другой стороны, мало какие коллекции получают известность, сравнимую с каждой новой моделью Барби. Этим дизайнерам доступны уникальные возможности в плане аксессуаров и материалов, но в то же время они работают, условно говоря, с нечеловеческим телом, и их творения оказываются крайне грубыми по сравнению с моделями, рассчитанными на живых людей. И все-таки дизайнеры, работающие в компании, обычно считают себя не дизайнерами кукол, а дизайнерами моды. Собственно, и сама компания старается привлекать к созданию коллекций для Барби не специалистов из области создания игрушек, а известных и уважаемых модельеров.

Мода в мире Барби, как и мода в мире настоящей моды, расслаивается на два уровня. В большом мире эти расслоения называются *prêt-à-porter* и *haute couture*. Первое выражение означает дизайнерскую одежду на каждый день, второе — парадную моду, или моду как искусство. В гардеробе Барби понятию *prêt-à-porter* соответствуют практически все вариации куклы, относящиеся к так называемой "игровой линии", т. е. куклы, продающиеся большими тиражами и предназначенные не для коллекционирования, а для детских игр. Их еще называют "Pink-box Barbies" — "Барби из розовых коробок". Концепция же *haute couture* относится практически ко всем коллекционным сериям. Здесь наиболее именитые дизайнеры дают себе волю, создавая уникальные наряды, часть из которых едва ли можно воплотить в реальной моде в силу их комплексности и крайнего неудобства в носке. Что же до «пинкбоксов», то для их создания компания привлекает дизайнеров, способных творить много и разнообразно, переключаться с одного стиля на другой и постоянно следить за модными трендами. Первым дизайнером Барби — женщиной, на чье имя до сих пор молятся коллекционеры, — была Шарлотт Джонсон. Эту вполне известную в свое время кутюрье Рут Хендлер привлекла для создания еще самой первой коллекции нарядов Барби — знаменитого черно-белого полосатого купальника, в котором Барби фигурировала в день своего дебюта, ее первого подвенечного платья, теннисного костюмчика и еще одного набора одежды, "в котором можно было бы, скажем, сходить на футбольный матч", как это формулировала сама Хендлер. В последствии Джонсон возглавила подразделение, занимающееся созданием одежды для Барби, и оставалась во главе этого подразделения на протяжении 20 лет.

Самые первые модели Барби носили костюмы очень высокого качества, наследуя существовавшие тогда традиции *fashion dolls*. В этих костюмах были прекрасно проработаны детали, верхняя одежда делалась на шелковой подкладке; у Барби было тщательно продуманное белье, проработка и отшив моделей велись исключительно аккуратно. Ранний период Барби-моды до сих пор воспринимается специалистами и коллекционерами как некий стандарт качества. Сегодня производителям куклы становится все труднее и труднее соответствовать этому стандарту — хотя бы из-за растущих объемов производства: в первый год существования Барби были проданы всего 35 тысяч экземпляров (по сегодняшним временам — мизерная и смешная цифра, тогда — запоминающийся рекорд), и многое в ее одежде делалось вручную. Сегодня позволить себе такую роскошь компания может только с некоторыми коллекционными сериями, чей тираж и не превышает 35 тысяч. Именно модели, сегодня так ценящиеся за высокое качество, по большей части и создавала Шарлотт Джонсон и ее подчиненные. Надо отметить, что в плане работы с дизайнерами компания заслуживает большого уважения: многие из тех, кто приходит в компанию создавать одежду для Барби, остаются надолго. Например, одна из наиболее известных дизайнеров одежды для «пинкбоксов», Кэрол Спенсер, была привлечена в команду Джонсон в начале 60-х годов и прослужила в компании целых 30 лет. Спенсер утверждает, что за эти годы она издала одежду для трехсот кукол и еще пять тысяч отдельных комплектов. Именно ее заслугой является исключительная узнаваемость стиля Барби, но в то же время именно она повинна в том, что стиль Барби так часто ассоциируется с китчем. Спенсер называли "королевой блесок": она обожала добавлять блески, блеск и люрекс во все, что только можно, и постепенно создала тот самый слепящий глаза, сверкающий розовый стиль, который сегодня часто презрительно называют "стилем Барби". Спенсер также создала для Барби несколько пуделей, будучи большой любительницей этой породы, самого первого твякающего друга Барби по имени Принц Спенсер слепила по образу и подобию собственной собаки. Впрочем, Спенсер делала не только кукол игровой линии. Из ее рук вышли несколько коллекционных вариаций Барби, например "Барби-Коренная американка" ("Барби-Индианка"). Ее костюм Кэрол Спенсер скопировала в натуральную величину и пошила для себя самой, чтобы щеголять в нем на одном из фанатских съездов. С другой куклы, созданной Спенсер, начиналась коллекционная серия "Дизайнеры Барби", в ней коллекционерам представляют тех, кто стоит за созданием повседневных нарядов для куклы.

Совсем другой подход используется компанией применительно к дизайну коллекционных серий Барби. Эти коллекционные серии появились только в середине 80-х, когда выяснилось, что первое

поколение любителей Барби всерьез страдает от ностальгии по маленькой подруге своего детства (мне рассказали историю о молодом мужчине, примерно год назад искавшем идеальный подарок на пятидесятилетие своей маме; в конце концов он остановил свой выбор на Барби. Мама плакала от радости, и с тех пор они вместе коллекционируют Барби и вместе играют с ними). Именно тогда компания начала создавать эксклюзивных кукол, производя их ограниченным тиражом и продавая по довольно высокой цене. К дизайнерам, работающим с коллекционными Барби, требования были совершенно иные: они должны были не так следовать моде, как создавать эксклюзивные фантазийные композиции, объединенные общей темой или идеей. Одновременно дизайнеры коллекционных Барби должны были придерживаться пусть условного, но все-таки хорошо узнаваемого стиля куклы. Знаменитые Барби-серии — «Ангелы», «Феи», "Времена года", "Знаки зодиака", «Праздники» и многие другие — представляют собой уникальные дизайнерские решения. Одним из наиболее знаменитых дизайнеров таких волшебных Барби стал кутюрье по имени Боб Мэки. Этот очень известный дизайнер еще до начала сотрудничества с производителями Барби успел получить пять наград «Емту» и три «Оскара» в номинации "Лучшие костюмы". Он одевал для кино, бродвейских постановок и телепередач таких выдающихся звезд, как Шер, Брук Шилдс, Диана Росс и Кэрол Бернт. Его называли "султаном блесток" (омаж Кэрол Спенсер!) и "Раджой искусственных бриллиантов" — его переливающийся, искрящийся стиль как нельзя лучше ложился на общий стиль Барби. Мэки начал свое триумфальное шествие в рядах компании с созданной им в 1990 году "Золотой Барби" — красавицы со сверкающими волосами, одетой в роскошное парчовое платье с белой меховой отделкой. Еще три куклы такого же уровня — и компания согласилась создать для Барби работы Боба Мэки особую форму голову, так называемую "голову Мэки". У нее утонченные черты лица, закрытый рот с полными губами и яркий макияж. Первой куклой, выпущенной с новым лицом, стала "Дочь Нептуна" — одна из самых дорогих Барби работы Мэки. Его невероятные креатуры стоят дорого даже по коллекционным меркам, их цена варьируется от 170 до 750 долларов, но любители Барби раскупают их мигом и ценят очень высоко именно за способность Мэки создавать уникальные в своей гармоничности ансамбли, при этом смело выбиваясь за привычные рамки линий и силуэтов. Усилия, затраченные на создания платьев из этих и многих других особых коллекций, можно приравнять к усилиям, затрачиваемым на создание эксклюзивной модной коллекции в большом мире.

В отличие от кукол игровой линии, коллекционные Барби удовлетворяют особую аудиторию с особыми запросами: взрослые коллекционеры по большей части стремятся не играть с куклой, а выставлять ее напоказ и переодевать из наряда в наряд, т. е. поступать с ней так, как испокон веков поступали с fashion dolls. Не так давно коллекционеры сумели сформировать новый и весьма конкретный запрос к компании: они сообщили, что хотят получить в свое распоряжение не Барби-патриотку, Барби-космонавта или Барби-экзотическую принцессу, а Барби в нижнем белье, и хорошо бы к ней прилагалась целая куча высококачественных одежек. Компания довольно долгое время не могла удовлетворить это требование, осторожно пытаясь найти формат для такой коллекции. По-видимому, просто взять одну из кукол и начать отшивать ей модные одежки справедливо казалось компании слишком скучным решением после феерических принцесс или импрессионистских фантазий. Было сделано несколько осторожных попыток нащупать почву. Но серия "Высокая мода XX столетия", включавшая в себя 10 кукол, каждая из которых была одета в усредненном стиле той или иной декады прошлого века, не слишком соответствовала поставленному запросу, хотя и получила очень теплый прием у коллекционеров и сделала хорошие сборы. К сожалению, она не подразумевала сменных нарядов для кукол. Они продавались как dressed dolls, т. е. опять же как готовое решение. Не подразумевала сменных нарядов и коллекция "Fashion Savvy", состоявшая из темнокожих Барби и отражавшая модные тренды зажиточных афроамериканок. Пожалуй, наибольшим приближением к мечте коллекционеров о модели со сменным гардеробом оказалась коллекция "Barby Millisent Roberts", в которой Барби была представлена как деловая женщина. Для этой модели в продаже существовали сменные костюмы. Но все они, во-первых, были более или менее выдержаны в одном и том же стиле, а во-вторых, коллекция никаким образом не была эксклюзивной: она продавалась большим тиражом и соответственно качество предлагаемой одежды оставляло, по мнению коллекционеров, желать лучшего.

Мечта собирателей Барби начала исполняться только в 1999 году, когда производители Барби, наконец, представили миру уже упоминавшуюся коллекцию Silkstone. Качество этой коллекции было обеспечено не только уникальными свойствами нового материала, из которого изготавливалась сама кукла, но и успешно найденным форматом серии. К современному телу Барби была приставлена голова, слепленная по образцу самых первых моделей куклы, тех самых, с утрированными и несколько гротескными чертами лица. Старая лепка головы была украшена новым макияжем, разным для каждой куклы в коллекции. Это немедленно придало всей серии налет винтажной элитарности, приведшей в восторг коллекционеров. В качестве создателя костюмов для Silkstone Barbie компания привлекла к

сотрудничеству известного и уважаемого дизайнера по имени Роберт Бэст. Коллекционеры, конечно, нашли, к чему придраться и в серии Silkstone: одни высказывают претензии по поводу все-таки слишком старомодного лица Барби, другие говорят о том, что эксклюзивные комплекты одежды для этой серии выпускаются слишком большими тиражами, третьи жалуются на чрезмерную сложность причесок, не позволяющих играть с волосами Silkstone Barbies. Но все-таки большинство собирателей куклы, увлеченных именно темой моды, считают коллекцию более чем удачной. Кстати, в работе у того же Роберта Бэста сейчас находится очередная коллекция, напрямую связанная с темой моды в мире Барби. Это коллекция "Model of the Moment" ("Модель сегодня"). Для кукол этой линии компания создала особые тела: как и настоящие модели, они будут худее, чем обычные куклы. Их тела в целом будут иметь иные черты — например, у этих Барби будут видны ключицы. Компания заранее предупреждает, что одежда шитая для кукол серии "Модель сегодня", не будет налезать на всех остальных Барби. Сейчас март, выпуск коллекции назначен на сентябрь, но можно с очень большой уверенностью предсказать, что появление этих новых Барби на рынке вызовет крупный скандал, — маттеловскую красотку уже и так годами обвиняют в попытках настроить девочек на недостижимый идеал красоты. Противники Барби утверждают, что ее невероятные пропорции приводят к искаженному восприятию девочками собственного тела, а следовательно, к психологическим проблемам, анорексии и другим заболеваниям, связанным с нарушением питания. В этих условиях создавать еще более худых кукол — ход рискованный, но, безусловно, способный привлечь внимание прессы. Тех же, на кого рассчитаны эти новые куклы, т. е. взрослых коллекционеров, перечисленные реальные и вымышленные ужасы никогда не интересовали. Коллекционеры как раз часто подчеркивают, что ценят Барби именно за ее недостижимую идеальность и за отсутствие всякого реализма.

Телами из серии "Model of the Moment" будут, по утверждению производителей, обладать и следующие две Барби от великих кутюрье — "Версаче Барби" и "Версус Барби". Именно куклы такого рода стоят на самой верхней ступени модного пантеона Барби: не образцы из коллекционных серий, пусть даже созданных вполне известными дизайнерами, а единоразовые творения, вышедшие из рук создателя самой высокой моды. Впервые к топовому кутюрье «Маттел» обратилась в 1985 году — именно тогда на "Международной выставке Барби" были представлены куклы в костюмах от Ив Сен-Лорана, Готье, Кардена и Диора. С тех пор и пошла традиция производства эксклюзивных Барби в нарядах от ведущих кутюрье мира. К гардеробу куклы успели приложить руку Армани, Делакруа, Живанши, Эскада и многие другие представители самой высокой моды. Совсем недавно, к радости коллекционеров, в продаже появилась Барби в подвенечном наряде от Мишка. Некоторые звездные друзья Барби, например Диор, Байрон Ларс и Лиола Вонг, отметились даже по два или три раза. А в последние три года компания сумела привлечь на свою сторону не только создателей эксклюзивной одежды, но и создателей драгоценностей, в частности, знаменитая ювелирная марка «Fred» создала несколько коллекций из бриллиантов и белого золота под названием "Потому что вода — это жизнь". Особое ожерелье для Барби разработал японский "король жемчуга" Микимото, а недавно Барби получила ансамбль драгоценных украшений от Tiffany (часть этих украшений вместе с куклами была продана в декабре 2003 года на аукционе, все доходы от которого пошли на детские программы Красного Креста). Существует несколько причин, по которым самые знаменитые модные дома не только охотно соглашаются на предложение компании создать именную Барби, но и вкладывают в ее разработку довольно большие суммы. Дело здесь, видимо, не в отчислениях с продаж, а, скорее, в том, что такая Барби становится идеальным новостным поводом не только в мире моды, но и в прессе, рассчитанной на широкую аудиторию. Производители Барби объединяют свои маркетинговые усилия с хозяевами той или иной модной марки, и в результате новая куколка получает больше внимания, чем любая новая модная коллекция. Кроме того, «именная» Барби является ультимативной заявкой авторского стиля, его «концентратом». Она как бы увековечивает индивидуальный вкус и стиль ее создателя. Кукла от Версаче: иметь такую Барби считается престижным и модным в кругах создателей haute couture. Коллекционеры же, в свою очередь, готовы приобретать эти уникальные дизайнерские творения, выходящие крайне ограниченным тиражом, фактически за любые деньги.

Но Барби не только пользуется услугами модных кутюрье, — она и сама все чаще приобретает профессии, связанные с модой, Существует «Барби-Дизайнер-моды», "Барби-Редактор-модного-раздела-в-журнале", "Кен-Инсайдер-мира-моды", Компания выпускает диск с программным обеспечением под названием "Барби-Модный-дизайнер": софт на диске позволяет девочкам создавать аксессуары и наряды как для Барби, так и для себя самих. Словом, Барби часто фигурирует в реальном мире не только как модель, но и как учитель моды и стиля. В общем сбывается обещание, которое Рут Хендлер давала встревоженным родителям: Барби действительно в какой-то мере учит маленькую девочку хорошему вкусу и основным представлениям о моде. Она дает девочке представление о таких понятиях, как «коллекция» и, что еще важнее, «ансамбль», на интуитивном уровне разъясняет ей

важность аксессуаров и принципиальность правильных стилистических и цветовых сочетаний. Она демонстрирует девочкам базовые навыки ухода за собственной внешностью, например за руками и волосами. К огромному количеству вариаций Барби прилагается легкая декоративная косметика для самих девочек, аксессуары для волос, лак для ногтей. Фактически Барби демонстрирует своим маленьким подружкам разнообразие модных приемов — от окраски волос и мелирования (и то, и то можно проделывать с целым рядом вариаций Барби) до накладывания макияжа, создания индивидуальных причесок, комбинирования уже имеющейся в распоряжении одежды так, чтобы получился новый модный ансамбль. Это удается Барби лучше, чем любой модной кукле до нее, благодаря тому, что именно производители нашей девочки начали проводить непосредственную параллель между игрой в Барби и уходом за собой. Компания стала создавать наборы, позволяющие девочкам проделывать с собой все те же косметические процедуры, которые они проделывали с Барби. Например, можно было красить ногти сначала ей, а потом себе; вплетать себе цветные пряди ее волос; меняться с ней маленькими сережками; носить ее браслеты в качестве своих колечек. Существовало пианино Барби, на самом деле являющееся шкатулкой, и Барби в комплекте с десятью овальными пластиночками, которые можно было крепить к ее платью как украшение, а можно — клеить себе в качестве искусственных ногтей. С рыночной точки зрения ход был беспроегрышным: в глазах девочки прилагающиеся к кукле маленькие подарки не только являлись дополнительным стимулом для совершения покупки, но и служили укреплению связи между девочкой и ее куклой и усилению механизма самоидентификации с Барби.

Переодевание кукол всегда было и остается одним из самых важных элементов девичьей игры. На заре 60-х, когда Барби только начала выходить в свет, этикет требовал соблюдения дресс-кода в массе ситуаций. «Барби-идет-пить-чай» не могла носить то же, что «Барби-идет-на-загородный-пикник», которая, в свою очередь, не могла носить то, что носила «Барби-отправляющаяся-на-барбекю» или «Барби-на-вечеринке-с-друзьями». Было логично предположить, что для разыгрывания при помощи кукол той или иной ситуации девочки будут одевать свою модницу в подходящий к случаю костюм. Сейчас связь между деятельностью и одеждой откровенно распадается. Названия, которые компания дает тем или иным ансамблям одежды для Барби, становятся все более и более условными: «Барби-Танцевальная-вечеринка» и «Барби-на-дне-рождения-у-друзей» уже не имеют между собой никакой концептуальной разницы. И все-таки девочки переодевают и будут переодевать своих кукол не потому, что этого требует этикет взрослого мира, а потому, что куклы представляют собой болванку, *tabula rasa*, и именно одежда создает для нее *identity*. Там, где взрослые коллекционеры больше всего ценят тщательно продуманную концепцию, дети прежде всего ценят возможность приписать кукле любую интересующую их роль. Как бы компания не называла тот или иной набор тряпочек и маленьких финтифлюшек для Барби, играющая ими девочка, как я не однажды наблюдала, сама задает соответствие между нарядом для куклы и условиями игры. Я видела Барби в белом халате, которая называлась «Барби-превратилась-в-привидение», и маленькую поддельную замарашку в дорогом костюме «Барби-Капучино» — мне объяснили, что эта Барби едет в деревню к бабушке.

Да и сама Барби вполне может играть роль модного аксессуара: мама одной семилетней девочки рассказала мне, что ее дочь и ее подружки наряжают своих Барби и привешивают за шею к школьной сумке. Демонстрировать таким образом расфуфыренную маленькую красавицу оказывается престижно и модно. Особенно когда у твоего любимого аксессуара достаточно, в свою очередь, престижных и модных аксессуаров.

Глава 8.

КОРОБОЧКА ДЛЯ КУКОЛЬНЫХ ПЕРЧАТОК: АКСЕССУАРЫ БАРБИ

Как бы не были высоки наши помыслы и устремления, мы все-таки живем в вещном мире. Собственно, мы существуем только в нем: окружающая нас реальность при пристальном взгляде на нее распадается на отдельные предметы. Просыпаясь от сна или приходя в себя после обморока, мы опознаем пространство, в котором находимся, по предметам, заполняющим его. Причем характеристику пространства и ситуации, конечно, составляют не отдельные предметы, а их сочетания в окружающем нас мире. Приходящий в себя большой за несколько секунд опознает окружающую его действительность как больницу. Этому способствуют окружающие его предметы, их тип, линии, расположение, цвета. Он может не знать, в какой именно больнице находится, где стоит эта больница и как он сюда попал, он может не понимать, сколько времени прошло с тех пор, как он оказался здесь, — но предназначение окружающего пространства становится понятным очень быстро. Точно так же быстро человек, проснувшийся после тяжелой пьянки, понимает, находится ли он в своей квартире, в

гостях или, скажем, в вытрезвителе. Очнувшись от ночного кошмара, мы за несколько секунд отличаем реальный мир от мира снов по окружающим нас объектам. Вещный мир является единственным миром, который мы готовы называть «реальностью». Естественно, вещьность мира особенно остро ощущается главными прагматиками человечества — детьми. Легкость и безапелляционность, с которой ребенок вовлекает доселе незнакомые или малознакомые ему предметы в собственную практику, и свобода, с которой он придает этим предметам новые роли, прекрасно демонстрируют нам нерушимую связь, существующую между любыми нашими действиями или предметами вещного мира. Понаблюдайте за тем, как ребенок обставляет процесс игры, в ходе которой им прорабатывается та или иная жизненная ситуация. Подобно гениальному художнику, при помощи нескольких штрихов создающему набросок портрета, ребенок при помощи аксессуаров, зачастую крайне приблизительно соответствующих тем, которые были бы действительно задействованы в реальной ситуации, моделирует узнаваемую сцену. Разлохмаченный моток шерстяных ниток становится париком, кусок водопроводного шланга может играть роль стетоскопа, прозрачная пластиковая коробка превращается в космический шлем. Встретив ребенка с привязанным к груди чайным подносом и палкой от метлы в руках, можно не сомневаться, что перед нами рыцарь в латах и с копьем, если, конечно, это не джедай со световым мечом и в скафандре. Разнообразие предметов, задействованных в игре, обеспечивает ребенку не только разнообразие ситуаций, но и разнообразие практик. Считается, что в распоряжении современного ребенка из семьи среднего класса в любой момент находится от 80 до 150 игрушек. Естественно, далеко не все из них задействуются в играх постоянно. Родители часто жалуются на то, что чадо, после долгого выпрашивания получившее заветную гоночную машину с радиоуправлением, тамагочи или Барби-балерину, через несколько дней способно полностью потерять интерес к новой игрушке, положив глаз на очередного фаворита. Это качество мы склонны ошибочно приписывать избалованности ребенка и его неумению сосредоточиваться на одном занятии. На самом же деле в основах такого поведения лежит, как мне видится, потребность ребенка в постоянном освоении новых практик.

Я поняла это окончательно, когда принесла на день рождения годовалому сыну моей подруги очередную хитро устроенную погремушку. Желая порадовать именинника, я заранее развернула игрушку. "На самом деле не надо было ее разворачивать, — сказала моя подруга, — завернутая и развернутая игрушка — это две разных игрушки". Я поинтересовалась, почему это происходит, и подруга объяснила мне, что завернутая погремушка и развернутая погремушка позволяют проделать с собой разные операции. Так, завернутой погремушкой можно шуршать, гладкой оберточной фольгой можно ездить по столу, а ее блики позволяют пускать солнечные зайчики по стенам, в то время как развернутой погремушкой можно греметь, ее можно вешать на спинку стула и окунать в чашку с чаем. Пару лет спустя, уже заинтересовавшись темой игр и игрушек, я вдруг поняла, что и для взрослых детей каждая новая игрушка является областью для освоения новых практик, и особенно ярко это проявляется в мире кукол. Развивая уже затронутую в предыдущей главе тему куклы как «персоны», как лишенного личных качеств куска пластмассы, чья индивидуальность создается только за счет натянутых на нее одежек и прибавленных к ней аксессуаров, я могу добавить, что в пластмассовом мире вещи служат для проявления личности их обладателя еще сильнее, чем в мире реальном. Тяжелый кейс из натуральной кожи, треугольная спортивная сумка и крошечный красный ридикюль расскажут нам о своих хозяевах не меньше, чем говорит о Барби произведенная для нее в 60-х годах кровать с балдахином, расшитая бисером и стразами. Изучая вещи, принадлежащие той или иной кукле, мы строим те самые проекции, которые позволяют нам видеть в ней "персону".

Скажем, в первом "Доме мечты" Барби были пластинки "Kingston Trio", низкий буфет со встроенным проигрывателем и телевизором, трюмо с розовым пуфом и девятитомная энциклопедия. Этот набор предметов наряду с модной мебелью описывал вкус и социальное положение Барби лучше, чем это бы сделал любой рекламный буклет. Создатели аксессуаров для Барби фактически занимаются настраиванием ассоциативных рядов. В каждом наборе, приписывающем Барби тот или иной род занятий, должны быть аксессуары, которые как можно четче наводят наблюдателя на мысль о той или иной конкретной ситуации, оставляя при этом как можно меньше пространства для варьирования. Здесь запускается тот же механизм, который действует при прохождении психологических тестов, когда нам предлагается описать ситуацию, изображенную на картинке. В качестве иллюстрации возьмем "Барби-Морское-путешествие" из серии "Barbara Millicent Roberts". На плече у Барби — дорожная сумка шотландской расцветки, еще одну похожую сумку и шляпную картонку она держит в руках. Кроме того, в руке у Барби синий международный паспорт. Этот набор аксессуаров полностью задает ассоциацию «путешествие» в словосочетании "морское путешествие". Связь же этой Барби с морем разыгрывается следующим образом: костюм выдержан в сине-белых тонах, белые штаны дополняет темно-синий блейзер с золотыми пуговицами — несколько милитаризированного покроя, что в совокупности вызывает однозначные ассоциации с парадной морской формой. Для укрепления

связки используется топ в сине-белую полоску, а чтобы не оставлять никаких сомнений, на шею Барби вешается маленький золотой якорь на толстой золотой цепочке. На вопрос о том, чем занята эта Барби, можно дать ответ, даже не читая надпись на коробке. Иногда аксессуары существуют даже в излишке, они призваны не только однозначно очерчивать, но и усиливать ситуацию. Так, в комплекте «Барби-Хирург» присутствует медицинский диплом в рамке и тщательно надписанное миниатюрное изображение человеческого скелета. Чем реалистичнее аксессуары, тем реалистичнее и актуальнее оказывается игра. «Барби-Педиатр» поступает в продажу в комплекте со стетоскопом и завернутым в пеленки черным малышом; если приложить стетоскоп к груди малыша, можно услышать, как бьется его сердце. Но, конечно, Барби не обвиняли бы в консюмеризме так рьяно, если бы весь набор ее аксессуаров ограничивался приборами и инструментами, нужными для исполнения тех или иных профессиональных обязанностей. Критиков приводит в ярость не ноутбук деловой Барби, не полосатый розовый американский флаг для Барби-астронавта, а роскошные розовые "дома мечты" с действующими лифтами (в последних моделях — более сорока предметов мебелировки), водные мотоциклы и личный Harley Davidson Барби, как минимум две собственных яхты, персональный самолет и явно избыточная роскошь кровати под розовым балдахином.

По большому счету, «Маттел» не случайно прибавляет к названиям этих объектов слово «мечта»: "яхта мечты", "кровать мечты", "автомобиль мечты", с откровенным цинизмом давая девочкам понять, что эти элементы будут существовать, в лучшем случае, в мире их Барби, а в худшем случае, в силу немаленькой стоимости таких куклы и аксессуаров, только в их собственных мечтах. Следует полагать, что, кроме дочерей миллионеров, все остальные девочки в большой мере компенсируют ограничения, налагаемые на их собственную жизнь уровнем достатка родителей, приобретая китчевые, но оттого не менее симпатичные аксессуары для Барби. Очень показательным примером такой подмены реального богатства куклой мне видится история, присланная незнакомой девушкой в ответ на мое обращение в интернете с просьбой рассказывать мне истории о Барби. Моя корреспондентка описывала небогатую семью — шестилетняя девочка и 36-летняя мать-одиночка. Мать с дочерью жили в двухкомнатной квартире, причем одна из комнат была предоставлена в полное распоряжение Барби. Там хранились сами куклы, гардеробы, аксессуары и полностью обставленный "Дом мечты". В начале каждого месяца дочь и мать планировали бюджет покупок для Барби: в этом месяце мы приобретаем стиральную машину, в следующем — набор для верховой езды и лошадку, а к лету сможем позволить себе заменить Барби ванну. Мне видится, что вторая комната, собственно, и была превращена в "мир мечты". Маленькая семья была откровенно не способна позволить себе упражняться в верховой езде, и паллиатив из мира Барби, безусловно, грел им душу. Но даже в тех ситуациях, когда с аксессуарами для Барби все обстоит проще, чем у знакомых моей корреспондентки, разнообразие вещей, производимых компанией «Маттел» для своей золотой девочки, позволяет разыгрывать при помощи Барби те сцены, которые явно не происходят с большинством девочек в реальном мире. Например, Барби можно подавать в постель завтрак на специальном чайном подносе — пусть чрезмерно вычурном, но зато заставленном элегантной посудой: миниатюрный чайничек, чашка, полный набор столовых приборов и блюдецко с голубой каемочкой. Собственный трехэтажный дом с действующими лифтами и четырьмя ваннами для большинства девочек останется мечтой до конца их дней, но зато для Барби там можно устраивать роскошные вечеринки с двадцатью гостями. Для того чтобы поиграть в косметолога-консультанта, пришлось бы красть мамину косметику или пользоваться наслонявленными цветными карандашами, но в наборе «Барби-Консультант» есть тюбики, пуховки, кисточки и даже комплект гипоаллергенных теней и румян. Можно годами выпрашивать у родителей собаку, а можно за небольшие деньги приобрести самых что ни на есть экзотических животных — правда, в миниатюрном варианте: у Барби 39 штук бессловесных питомцев, среди них — львенок, панда и зебра. Первая собачка Барби появилась в самом начале 60-х, была сшита из розового и синего фетра и напоминала мультяшную неуклюжую карикатуру. У сегодняшних питомцев Барби роскошные золотые гривы и собственные аксессуары. Этих собачек можно мыть, расчесывать, завивать, выводить на прогулку на специальном ошейнике, играть с ними при помощи крохотных собачьих игрушек и, если они хорошо проделывают свои трюки, бросать им миниатюрную розовую косточку. Особый шик и особую прелесть "миру мечты" придает его реалистичность. С каждым годом «Маттел» создает все больше так называемых "действующих аксессуаров": в "домах мечты" уже давно светятся лампочки, стиральные машины позволяют действительно стирать вещи Барби в теплой мыльной воде, а потом сушить их в миниатюрной электрической сушилке; в настоящем механическом блендере можно перетирать фрукты, в специальной духовке специальная пластмассовая пицца меняет цвет: «сырая», она остается бледно-желтой, а в «готовой» пицце видна яркая зелень и кусочки помидоров. Одна из старых моделей ванны для Барби позволяла нажать на особую ручку, и ванна взбивала мыльную пену. Крошечное электрическое пианино действительно способно издавать звуки, на доске, используемой Барби-

учительницей, можно писать настоящими мелками, миниатюрный зонтик из шотландки может открываться и закрываться, специальный сейф для хранения мехов и драгоценностей (у Барби есть и такой — что неудивительно, если учитывать, что в распоряжении маленькой красавицы находится как минимум ожерелье от Тиффани и жемчужный набор от Микимото) действительно требует правильно набирать код замка.

Не так давно у Барби появился совершенно особый аксессуар — небольшой кулончик со встроенным инфракрасным портом, позволяющий кукле входить в интернет, и миникомпьютер, позволяющий проделывать все то же самое посредством обычного модема. Тот же кулончик позволит Барби «общаться» с другими куклами, обмениваясь сообщениями, читать которые смогут их маленькие хозяйки. В интернете Барби, как предполагается, сможет скачивать рекламу новых кукол от «Маттел», новые фразы и команды для говорящих и самообучающихся версий куклы и каталоги поступивших в продажу нарядов и аксессуаров. Пресса язвила: теперь, мол, Барби сможет сама заказывать себе одежду, но платить-то родителям все равно придется из своего кармана. Дело, как мне видится, не в том, что Барби станет "сама заказывать себе одежду" — она, скорее, будет информировать хозяйку о возможности сделать такой заказ, — но в том, что сама кукла с этого момента становится рекламной площадкой для «Маттел» — ход поистине гениальный. Если раньше девочку заваливали рекламой Барби в магазинах игрушек, по телевизору, в детских журналах и в интернете, то теперь рекламу будет предлагать сама кукла, если, конечно, мы позволим ей такую роскошь.

В идеале можно считать, что многочисленные предметы, которые наполняют мир Барби, при позитивном рассмотрении выполняют роль художественных средств, помогая ребенку как можно точнее моделировать те или иные ситуации. Беда же заключается в том, что эти ситуации совершенно не моделируемы в реальной жизни девочек. Обвинения Барби в консюмеризме, на которых я еще буду останавливаться подробно, кажутся мне не то чтобы беспочвенными, а как бы не соответствующими своей серьезностью уровню проблемы. В конце концов я не вижу большой беды в том, чтобы человек, располагающий собственными средствами, — такой, как рабочая девушка Барби, — приобретал все, что ему заблагорассудится. Гораздо больше меня волнует только что обозначенная проблема — проблема средств. Все дело в том, что в мире Барби абсолютно отсутствует тема денег. Беседы Барби и ее подруг о ее новых приобретениях звучат так, как будто им есть чего стыдиться или как будто источник средств таков, что о нем все знают, но стараются не упоминать, как, скажем, если бы Барби была куртизанкой: "О, ты приобрела новую машину!", "Девочки, как вам нравятся мои новые сапоги?", "Вау, личный самолет! Куда же мы полетим?". Если про особо дорогие аксессуары «Маттел» время от времени еще напоминают девочкам, что они лежат в области мечты, то "денег мечты" в мире Барби нет. Точно так же в этом мире не существует понятий «зарплата», «заем» или "кредитные карточки", хотя, казалось бы, женщина с таким солидным послужным списком не должна стыдиться своей кредитной истории. И вот в этой точке, как мне видится, девочка получает действительно плохой урок: она имеет возможность наблюдать бесконечную череду приобретений, при этом постоянно чувствуя, что окружающие что-то умалчивают относительно источника такого изобилия. Прекрасная почва для создания серьезного невроза.

Впрочем, в защиту прагматичных разработчиков Барби следует сказать, что они куда как менее беспечны, когда речь идет о реальных покупках и приобретениях, а не о "яхтах мечты". Например, тема денежных средств практически отсутствует в журналах, рассказывающих о жизни самой Барби, но косвенно присутствует в книгах советов, которые Барби дает девочкам. Там, по крайней мере, можно найти выражения вроде: «недорогой» и "если получается, приобрети еще то-то и то-то". Правда, один пример того, что Барби все-таки способна думать о деньгах, я нашла в четвертом номере журнала «Барби» (российское издание) за 2003 год: последний из фотокомиксов номера называется "Большие расходы". Барби и ее подружки отправляются на шоппинг и приобретают кучу еды, обувь, мебель, аксессуары для машины, подарок Кену, при этом все время приговаривая: "Я так много потратила!", "С завтрашнего дня начинаем экономить!". Наконец, придя домой, Барби печально сообщает Кену: "Сегодня я потратила очень много денег и не знаю, сможем ли мы вечером сходить в кафе..." (хорошо живется людям, которым не надо платить за квартиру и телефон!). И верный Кен отвечает: "Знаете что? Сегодня в кафе вас веду я!" "Ура! Спасибо!" — говорит Барби. На этом финансовые проблемы заканчиваются. Напрашивается вывод: трать, сколько хочешь; если деньги кончатся, их даст тебе кто-нибудь другой. Не думаю, что «Маттел» имела в виду именно это, но перебить впечатление трудно.

Не исключено, что создание в мире Барби нормальной экономической системы заставило бы замолчать целый ряд противников этой куклы: в конце концов Барби сама зарабатывает себе на жизнь, почему не признаться, откуда деньги? Если бы эта кукла давала девочкам хоть какое-то представление о том, что вещи стоят денег и о распределении бюджетных трат, ее можно было бы обвинять только в

том, что ежегодно зарабатываемые этой куклой миллионы идут на личные самолеты, а не на благотворительные учреждения. Но, увы, "денег мечты" в мире Барби нет и пока что не предвидится.

Однако, как и положено от рождения богатой, но правильно воспитанной девушке, Барби, видимо, прекрасно понимает, что серьезный труд нужен не так для зарабатывания денег, как для спасения души. Не исключено, что, будь у нее необходимость добывать себе пропитание, Барби стремилась бы к определенной профессиональной стабильности и не металась бы от одного занятия к другому; но девушка, у которой в качестве личного транспорта не числится разве что небольшой, но прыткий истребитель, может позволить себе приобретать пять профессий в год в мучительной попытке разрешить сложные проблемы отнюдь не профессионального характера.

Глава 9. ДЕВУШКИ МОГУТ ВСЕ: ЗАНЯТИЯ И ПРОФЕССИИ БАРБИ

То, как Барби проводит время, невольно заставляет думать о серьезных психологических проблемах этой юной девушки, впрочем частично объясняющихся отсутствием у нее добрых и любящих родителей. Барби испытывает мучительную потребность во внешней оценке и внешнем одобрении, что постоянно толкает ее на все новые и новые социальные и карьерные достижения. Она фантастически, невыносимо экстравертна и явно не способна хоть на пять минут остаться одна.

О времяпрепровождении Барби мы узнаем из описания новых выходящих на рынок моделей, «Барби-книг» и посвященных этой кукле журналов. Удивительным образом бесконечная череда вечеринок, туристических поездок и походов в кафе с друзьями не помешала Барби освоить более семи десятков профессий за последние сорок шесть лет. Составить полный список всех карьерных достижений Барби практически невозможно: довольно большое количество таких моделей было выпущено «Маттел» не для общего рынка, а для каких-нибудь крупных торговых марок или для сетей универсальных магазинов. Например, существовала Барби — продавщица кока-колы, сделанная соответственно по заказу корпорации «Кока-Кола», и Барби — распространительница продуктов компании Avon, сделанная по заказу Avon Cosmetics. Особая Барби была произведена «Маттел» к юбилею сети игрушечных магазинов "Toys Are Us", специально разработанная маленькая Барби продавалась в «Макдоналдсе» — словом, примеров хватает

Все «профессиональные» Барби принадлежат игровой линии Если я не ошибаюсь, карьерные Барби никогда не выпускались в коллекционных сериях, кроме нескольких куколок в серии «Silkstone», скажем, "Барби-Редактор-раздела-моды" и "Кен-Инсайдер-модной-индустрии". Помню, что мой собственный вопрос о коллекционных Барби-"профессионалках" не вызвал энтузиазма на форуме собирателей куклы. Я готова предположить, что дело здесь не только в том и даже далеко не в том, что для профессиональной Барби невозможно создать роскошный наряд, — в конце концов Боб Мэки наверняка прекрасно одел бы "Барби-Укротительницу-львов" или «Барби-Флориста». Просто профессиональная Барби, видимо, не очень интересует взрослых коллекционеров, потому что им за глаза и за уши хватает собственной профессиональной деятельности. Они, я полагаю, не видят особой радости в том, чтобы тащить домой куклу-бизнесмена или куклу-врача. Но гораздо больше нам говорит тот факт, что в «профессиональных» Барби не слишком заинтересованы не только взрослые, но и дети.

Дети вообще редко играют в конкретные профессии, кроме знаменитой игры в доктора, которая, как известно, преследует цели, далекие от профориентации. Бывают, конечно, игры в спасателей, пожарников или милицию и воров, но и здесь, как мы все понимаем, о развитии вкуса к будущей профессии речь не идет. Иногда дети играют в профессии, которыми занимаются их родители, самым поверхностным образом имитируя известные им элементы этих профессий с целью отыграть те или иные жизненные ситуации. Мне трудно представить себе, что мои собственные племянники ни с того ни с сего устроят серьезную и целенаправленную игру в палеонтологов или программистов. Игра в ветеринара может иметь тяжелые последствия для кошки и вряд ли напрямую связана с желанием как следует понять основы этой благородной профессии.

Девочки предаются «профессиональным» играм еще реже, чем мальчики. Я рискну предположить, что большинство девочек предпочтет получить в подарок «Барби-Принцессу», «Барби-День-рождения», «Барби-идет-на-пляж» или "Барби-катается-на-роликовых-коньках", а не «Барби-Дантиста» или «Барби-Бизнес-леди». Не сомневаюсь, что компания «Маттел» прекрасно это понимает, — и все-таки выпускать карьерных Барби ей приходится постоянно. Такое упорство вызвано отнюдь не запросом рынка, то есть не желанием маленьких девочек приобрести «Барби-Палеонтолога» или «Барби-Стюардессу», а социальным давлением, постоянно оказываемым на «Маттел» со стороны прессы и родителей. Если бы Барби не занималась чем-нибудь трудоемким и престижным для

зарабатывания собственного хлеба, «Маттел» было бы гораздо труднее отражать атаки, связанные с консюмеризмом куклы и с ее навязчивой привычкой следовать моде; кроме того, было бы гораздо сложнее говорить о позитивном влиянии Барби в деле воспитания молодого поколения. В целом ряде случаев «Маттел» выдвигает эти вариации своей модной куколки вперед на манер щита. Одна умная, но скучно одетая Барби защищает целую плеяду своих красивых, расфуфыренных и легкомысленных сестер. Именно давление со стороны родителей, феминисток, педагогов и прессы заставляет «Маттел» постоянно прилагать большие усилия для того, чтобы взгляды Барби на работу и карьеру можно было считать передовыми и даже опережающими время. Любимый пример, приводимый компанией каждый раз, когда речь заходит о карьерных достижениях их куклы, — «Барби-Астронавт» производства 1965 года, "полетевшая в космос задолго до того, как первая женщина действительно ступила на борт космического корабля".

Однако других особо ярких примеров такого рода у компании «Маттел» нет. Я с большим удовольствием потратила несколько дней, накладывая хронологию карьерного развития Барби на историю женского движения и в особенности на историю борьбы женщин за карьерное равноправие с 1959 года — года выпуска Барби — и по сегодняшний день. Такое сравнение позволяет увидеть, что в плане карьеры Барби действует фактически так же, как она действует в плане моды, т. е. оказывается не лидером-провозвестником новых тенденций, а их легитимизатором и в некоторой мере барометром происходящего. Можно быть твердо уверенным, что если Барби начала развивать деятельность на том или ином поприще, то поприще это уже некоторое время надежно существует в качестве игровой площадки для женщин в реальном мире. Скажем, в 1956 году, т. е. в том году, когда Хендлер изобрела Барби (ей, как мы помним, потребовалось три года, чтобы уговорить своих партнеров начать выпускать куклу), журнал «Life» назвал "идеалом американской женщины" тридцатидвухлетнюю мать четверых детей, естественно, нигде не работающую. Однако за три года, прошедшие до выхода Барби на рынок, реальность сильно изменилась. Именно тогда, в конце 50-х, поднялась так называемая "вторая волна женского движения" (первую относят к 20—30-м годам прошлого века). Новые борцы за права женщин требовали уже не таких базовых вещей, как право голосования, посещения любых общественных заведений и осуществления финансовых операций, но подлинного равенства женщин и мужчин в самых разных областях деятельности. Крах американской мечты 50-х привел к тому, что все больше и больше женщин стали занимать рабочие места, до сих пор отводившиеся в основном мужчинам. Для семьи все существеннее становился заработок жены, превратившийся в полновесную составляющую семейного бюджета. К началу 60-х новые феминистки Америки смогли составить общее представление о ситуации с женским трудом в США. Ситуация была аховой: там, где мужчина получал за свою работу доллар, женщина получала за ту же работу 63 цента. В результате схлопывания военной индустрии женщины теряли места на фабриках и заводах, а частный сектор, переставший испытывать недостаток мужских рук, всегда предпочитал взять на вакантное место мужчину, а не женщину, — пусть мужчине и приходилось платить больше. В газетах объявлений сообщения о поиске работников были разделены на две категории: «Женщины» и «Мужчины». Только два процента представителей интеллектуальных профессий — врачей, адвокатов, судей, дантистов, инженеров, архитекторов — были женщинами. Подавляющее большинство престижных университетов не допускало женщин на значительную часть факультетов или имело жесткую квоту: иногда 1 женщина на 50 абитуриентов.

Все эти факторы определили направление нового витка борьбы за права женщин — это была борьба за равенство на рабочих местах. В 1959–1960 годах тема "Женщины и карьера" была одной из самых дебатированных в прессе. Выходила масса статей «за» и «против» работающих женщин. Представительницы разных профессий шумно спорили в популярных ток-шоу с мужчинами, отстаивая семейные ценности. Именно тогда впервые проявилась интересная тенденция, определявшая развитие карьеры Барби в течение как минимум трех десятилетий: ее профессиональные достижения всегда были связаны не так с конкретным положением дел на рынке женского труда и даже не так с какими-нибудь специфическими событиями позитивного и негативного толка в этой области, как с шумихой, возникающей вокруг тех или иных аспектов темы. Скажем, в 1960 году «Маттел» выпустила *Busy Girl Barbie*. Считалось, что она "дизайнер моды", т. е., с одной стороны, женщина как бы работающая и как бы занимающаяся креативной профессией, но в то же время никоим образом не престаупающая границы традиционных женских занятий (как известно, мужчины-кутюрье стали довольно поздним приобретением XX века). До этого момента Барби существовала в совсем немногих вариациях: исходная Барби 1959 года была фотомodelью, у нее был купальник, свадебное платье, костюм балерины и еще один наряд для свободного времяпрепровождения. Однако *Busy Girl* сильно отличалась от предыдущих вариаций: на ней был твидовый костюм, длинные перчатки и строгая шапочка. По большому счету девочки могли видеть в ней собственных мам — благо работающих мам именно в конце 50-х — начале 60-х стало больше, чем

когда-либо в истории. Никаких особых аксессуаров у этой Барби не было. Если верить данным, опубликованным Национальной организацией женщин Америки, в начале 60-х очень и очень многие женщины зарабатывали себе на жизнь тяжелым физическим трудом, они были механиками, электриками, водителями автобусов и даже шахтерами. Но рабочая девушка Барби, естественно, не намеревалась надевать каску и рабочую куртку. Я не знаю, так ли одевались в те годы дизайнеры моды, но твидовый костюм, маленькая шапочка и длинные перчатки были фактически униформой девушек из хороших семей, желающих заняться чем-нибудь полезным, пока им не попадетсся подходящий кандидат в мужья. Так могла выглядеть любая секретарша, машинистка, переписчица, в лучшем случае — учительница. Эта первая "деловая Барби" фактически заложила основу всей будущей карьеры Барби. И действительно, Барби всегда приобретала только профессии представительниц среднего класса, никогда не занималась физическим трудом и не бралась за плохо оплачиваемые профессии. Рынок вполне оправдывает такой подход: родители девочек из среднего класса видят такие профессии в качестве основных, а родители девочек из более бедных слоев населения видят в этих профессиях хорошие ориентиры.

Busy Girl Barbie стала первой в череде бесконечных Барби — бизнес-леди, повторяющихся из года в год с разными аксессуарами и под разными названиями: Business Girl, Busy Woman, Business Executive, Working Girl, Office Barbie и т. д. Чем занимаются эти Барби, «Маттел» не уточняет, но так или иначе они демонстрируют некоторую четкую позицию: женщина может добиться высоких постов, а карьера — это классно и престижно.

Новые карьерные вариации Барби, как уже было сказано, возникали тогда, когда общественность начинала муссировать тему рабочего статуса женщины, и исчезали, как только эту тему можно было начать игнорировать. Здесь сказался один из главных маркетинговых талантов «Маттел» — талант использовать конъюнктуру, запрыгивать на волну обсуждаемой модной темы и соскакивать с нее, когда волна начинает идти на убыль. Профессиональная деятельность Барби развивалась ровно по тем же законам. В 1961 году Элеонора Рузвельт встала во главе Комиссии по вопросам статуса женщин при правительстве Кеннеди. Этот факт наделал много шума, и в том же году Барби получила профессии дипломированной медсестры и стюардессы. В 1963 году комиссия Рузвельта после двух лет исследований опубликовала доклад о дискриминации женщин на рабочих местах, породив целую волну дебатов о допустимых и недопустимых профессиях для представительниц слабого пола. Публикуется Equal Pay Act — речь идет о том, что мужчины и женщины, занимающие одни и те же должности, должны получать равные зарплаты. В том же году «Маттел» выпускает Business Woman Barbie (она же называлась Career Girl Barbie). Через год к биллю о гражданских правах добавляется Седьмой параграф — "против дискриминации при приеме на работу". Он включает в себя запрет на дискриминацию по половому признаку, но ситуация остается двойственной: ни билль, ни новую поправку невозможно ратифицировать на местах, поскольку фактически отсутствует механизм контроля, заставляющий работодателя соблюдать навязанные ему правила. Женщины, борющиеся за равноправие на рабочих местах, становятся объектом постоянных насмешек и карикатур в прессе. Таким образом, тема существует, но однозначное отношение к ней не выработано. В результате в 1964 и 1965 годах Барби получает целый ряд новых профессий, но все они носят очень осторожный и традиционный характер, а некоторые, по понятиям феминисток, заслуживают осуждения. Так, с одной стороны, Барби оказывается космонавтом (что, скорее, объясняется бешеным интересом к теме космоса), с другой — Барби оказывается чирлидером, мажореткой, редактором модного журнала, фотографом моды, учительницей географии и актрисой. В 1966 году она получает еще одну суперженскую профессию — стюардессы в «Пан-Американ». До 1972 года никаких особых крупных событий в борьбе женщин за право на свободную карьеру не происходит, и — сюрприз! — «карьерные» Барби исчезают. Но в 1972-м году все снова меняется: Конгресс утверждает Девятый параграф Образовательного кодекса — параграф о равных правах на образование. Кроме того, проводится запрет на сегрегированные объявления о найме рабочей силы — теперь все объявления должны печататься без специфического указания на предназначение должности для женщин или для мужчин. Девятый параграф означает, что учебные заведения должны отменить квоту на поступление для женщин и отменить запрет принимать женщин на те или иные факультеты. Соответственно, огромное количество представительниц Отныне-Сильного Пола подают заявки на изучение медицины или юриспруденции. Опять бум в прессе, и «Маттел» выпускает «Барби-Хирурга», очередной раз продемонстрировав свое поразительное умение держать нос по ветру.

С 1973 по 1978 год, т. е. на протяжении пяти лет, Барби фактически не занимается своей карьерой — она отдает все свои силы спорту. Говоря конкретно, Барби становится олимпийской чемпионкой: к олимпиаде 1975 года «Маттел» выпускает "Барби-Золотую-медалистку", «Барби-Лыжницу», «Барби-Конькобежца» и «Барби-Пловчиху» — все они выходят в серии "Олимпийская Барби". Однако в 1977 году тема "женщины и профессия" возвращается в большой мир: Национальная

женская конференция в Техасе собирает невероятное количество участников — 20 тысяч. Тут же на свет появляется "Барби с утра и до вечера" (Day & amp; Night Barbie), которую представляют как business executive — "ответственного руководителя". Эта же модель перерождается спустя семь лет, в 1985 году, в Business Executive Barbie.

С этого момента карьерный рост Барби становится практически непрерывным. Дело в том, что 80-е стали годами окончательной победы деловых женщин. Многочисленные нововведения, облегчающие уход за детьми, социальные структуры, позволяющие матерям работать полный день, нарушение семейных сценариев, в результате которых распад брака становится обыденной ситуацией, что заставляет мать-одиночку постоянно работать с целью обеспечить себя и своих детей, плюс плохо соблюдающаяся, но все же существующая правовая основа, создающая равные условия для работающих женщин и мужчин, — все это окончательно формирует ситуацию, в которой работа становится совершенно неотъемлемой частью жизни женщин. Золотая девочка компании «Маттел» тоже берется за ум. С этого момента мы получаем хотя бы одну «карьерную» Барби едва ли не каждый год. Например, для женщин все чаще открываются вакансии, раньше доступные только мужчинам, и в конце 80-х — начале 90-х годов телевидение начинает создавать моду на женщин-военных и женщин-полицейских. Это карьерное направление становится постоянным в мире Барби: оно тем выгоднее для «Маттел», что позволяет подчеркнуть патриотизм куклы. В 1989 году выпускается первая Барби в стиле милитари — так называемая Army Barbie. С 1990 года ее военная и полицейская карьера обретает конкретику: мы получаем капитана военно-воздушных сил, в 1991 году — офицера флота, в 1993 году — одновременно военврача и полицейского, в 1994 году — командира летного эскадрона. Причина: огромный интерес общественности к теме армии, вызванный войной в Персидском заливе и ее последствиями. Потом война закончилась, тема армии перестала особо интересовать публику на несколько лет, и Барби оставила свои милитаристские замашки вплоть до 2000 года, когда армейская тема опять оказалась у всех на устах в связи с иракскими событиями. «Маттел» немедленно произвела на свет «Барби-Паратрупера» в комплекте с аптечкой первой помощи (Барби и Кен — паратруперы продаются в коробках, на задней стенке которых изображены... барханы).

Другой пример: в 1992 году из-за обилия женщин, баллотирующихся на государственные посты, пресса заговорила о "годе женщин". В том же году мы получили "Барби-Кандидата-в-президенты", чей деловой костюм "одним движением руки" превращался в вечернее платье со звездами и полосами. Нам сообщалось, что "Барби отправляется на инаугурационный бал". Подобную же оперативность «Маттел» демонстрирует в 1994 году. Тогда был принят билль о гендерном равенстве в образовании и американское правительство сформулировало позицию, требующую поощрять в девушках интерес к разнообразию в выборе карьеры, в частности — к математике, естественным наукам и тому подобным «мальчишковым» сферам деятельности. «Маттел» немедленно выпустила целых пять профессиональных Барби: командир летного эскадрона, астронавт, педиатр, ветеринар и пожарник, профессии, по большей части традиционно занимаемые мужчинами.

И все-таки проявления доброй воли в чистом виде было недостаточно: существовало слишком много желающих обвинять Барби во всех смертных грехах и, в частности, в проблемах, связанных с социальным статусом женщины. На слишком широкие плечи этой куклы со слишком узкой талией возлагали ответственность за неврозы, связанные с восприятием собственной внешности, за женский консюмеризм, одновременно за сексуальную распушенность и сексуальную неудовлетворенность женщин, за то, что мужчины видят в блондинках безмозглых бимбо, и за прочие женские беды и напасти. После того как в 1998 году компания сделала Барби чуть более реалистичной, несколько расширив талию и уменьшив грудь куклы, пришло время еще раз сделать заявку насчет готовности Барби учить девочек прогрессивным идеалам. В 1999 году «Маттел» сделала огромную кампанию за пропаганду нового имиджа куклы. Кампания называлась: " Be anything". «Маттел» подписала контракт с компанией Girls Incorporated, прежде называвшейся " Girls Club of America" — крупнейшей организацией для девочек в США (следом за ней по численности участниц идет — правильно! — Клуб Любительниц Барби). С этого момента, заявила «Маттел», "все усилия будут сосредоточены не на куклах, а на самих девочках". Рекламы демонстрировали, что девочка может стать хоккейным вратарем, игроком в теннис, астронавтом, компьютерным инженером — словом, фактически кем угодно. Разъяренные феминистки обвинили Girls Incorporated в продажности: мол, всегда было известно, что Барби только притворяется карьерной куклой, а на самом деле торгует консюмеризмом и консервативностью в то время, как Girls Incorporated изначально заявляла, что намерена настраивать девочек на свободу выбора и на осознание своего права заниматься любым делом по своему вкусу. Я помню публикации, в которых противницы союза «Маттел» и GI с горечью писали: "Нет лучшего способа победить своего врага, чем подкупить его". Так или иначе союз возник. С этого момента «Маттел» продвигала как бы не кукол, а новые ценности: право мечтать о достижениях, право играть в любые игры и побеждать. Совместно две девичьих организации проводили акции по

профессиональному ориентированию, телешоу, круглые столы. «Маттел» выпустила новую игровую серию кукол под названием: " I can be" — целых шесть карьерных кукол в один год. В этой серии появилась — «Барби-Пилот», опять «Барби- Working- Woman» (с ноутбуком, мобильным телефоном и неопределимой сферой деятельности), "Барби-Учительница-языка-жестов" (со сгибающимися пальчиками), «Барби-Футболистка», «Барби-Сыщик» и "Барби-Игрок-в-бейсбол-из-высшей-лиги". Правда, в этом же году были выпущены на заказ «Барби-Официантка» (для компании "Кока-Кола") и «Барби-Косметолог» (для компании "Эйвон"). В 2000 году серия продолжилась; появилась «Барби-Педиатр», "Барби-Учительница-вождения" и "Барби-Учительница рисования". Но самым интересным дополнением к карьерной линии «Маттел» стала «Барби-Президент-США», если верить рекламному плакату, "готовая приступить к работе в Овальном офисе". В свете близящихся президентских выборов кукла раскупалась на ура.

Последний на сегодняшний день карьерный рывок Барби совершила в 2002 году. С тех пор никакого особого интереса в профессиональной деятельности у этой куклы не наблюдалось. С тех пор появилась только одна Барби, которую можно было бы причислить к профессиональным: в 2004 году «Маттел» выпустила в серии " Happy family" Барби под названием " Baby Doctor" — короче говоря, специалист по неонатальной медицине. Ей предстояло возиться с новорожденным младенцем подружки Мидж. На официальном сайте Барби существует трудно находимый раздел " I can be", так или иначе посвященный будущим карьерным занятиям девочек. Здесь предлагается пять вариантов профессий: врач, художник, учитель рисования, балерина и фигуристка — как видим, ничего радикального. Сторонники билля о гендерном равенстве в образовании имеют полное право упрекать Барби в ограниченности и консервативности: здесь нет профессий хакера, архитектора, машиниста и финансового аналитика. Но в то же время профессии, присутствующие в списке на сайте, во-первых, требуют серьезного труда, а во-вторых, связаны с творческим самовыражением. Правда, в этом списке, как в психометрическом тесте, вызывает подозрение слово «доктор» — оно кажется лишним в ряду и, видимо, является очередным примером защитного буфера. Впрочем, если смотреть на более или менее полный список профессий Барби за все годы ее существования, то в целом невозможно упрекнуть ее в потакании сугубо женским занятиям, особенно в последнее время. Мажоретка и чирлидер могут вызвать возмущение у тех, для кого эти занятия сами по себе ассоциируются с тупоголовыми блондинками, но в целом традиционные упреки в адрес Барби сейчас кажутся мне несколько необоснованными.

Если что-то и вызывает у меня неприязнь, то это, скорее, не выбор кукольных профессий как таковой, а то, как все эти профессии подаются. Тут ситуация похожа на уже рассмотренную ситуацию с деньгами: совершенно непонятно, откуда что берется. Создается такое впечатление, что Барби приобретает новые профессии так же, как она приобретает новые машины — по щучьему велению, по своему хотению. Она не знает не только трудностей, связанных с получением той или иной профессии, но и трудностей, связанных с профессиональной практикой. В ее деятельности нет элементов труда или усталости. В любом из ее занятий вообще нет отрицательных или неприятных сторон. Начинает казаться, что доктор Барби никогда в жизни не видела ни крови, ни смерти, а Барби-следователь напоминает Айс Вентуру — сыщика по делам домашних животных, а не реального следователя, постоянно имеющего дело с самыми неприглядными сторонами жизни. Когда я узнала, что «Маттел» выпустила Барби-палеонтолога, во мне затеплилась надежда: в конце концов, вот уж профессия, в которой основные аксессуары — пыль да кости. Но выяснилось, что Барби в роли исследователя прошлого выкапывает из земли не окаменелости и не останки мертвых животных, а целых разноцветных динозавриков.

В общем, о Барби как об инструменте профессионального ориентирования не может быть и речи, что бы «Маттел» ни говорила. Нигде, никогда, никаким образом нам не рассказывают о причинах, по которым Барби выбирает ту или иную карьеру. Нам обычно не говорят о талантах или наклонностях, которыми надо обладать для выполнения тех или иных профессиональных обязанностей, не описывают путь, который необходимо пройти для получения соответствующих навыков. Нам не рассказывают о том, как устроены трудовые будни того же дантиста, или палеонтолога, или даже редактора модного журнала. Типичная сцена из журнальчиков про Барби — Барби-доктор держит за ручку очередного пациента, который благодарит ее не за лечение, связанное, как уже было сказано, с неприятными процедурами, а за добрый совет по поводу сохранения и без того прекрасного здоровья. Так что о профессиональном ориентировании речь не идет — максимум речь идет о некотором условном и очень поверхностном стимулировании интереса к той или иной профессии.

Впрочем, меня не оставляет ощущение, что и этого более чем достаточно. Все карьерные Барби делаются, как уже говорилось, не для самих девочек, а для их родителей. Девочки хотят играть в принцесс или в вечеринки и переодевать своих кукол из одной одежды в другую. Если у их мам и пап становится легче на душе от присутствия в наборе некоего подобия зеленой формы хирурга или

строгой полицейской униформы, «Маттел» готова производить и промотировать такие вариации куклы. Каждая из них стоит от 10 до 25 долларов, и если родители, озабоченные будущим девочки, подарят ей на Новый год Барби-палеонтолога, это будет лучше, чем если озабоченные ее будущим родители не подарят своей дочери ни единой Барби вообще. И в этом аспекте, как и во всех остальных, мир Барби создается исключительно по запросам и требованиям мира вокруг Барби.

Часть III. МИР ВОКРУГ БАРБИ

Глава 10.

ЗЕРКАЛО КУЛЬТУРНОЙ РЕВОЛЮЦИИ: БАРБИ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ СИМВОЛ

В этом году Барби исполняется 46 лет. Нехитрые расчеты позволяют понять, что в данный момент Барби растит четвертое поколение девочек (существует вариация под названием *My First Barbie*, специально предназначенная для детей в возрасте от трех лет. Она меньше сгибается, ее легче одевать и с ней не поступают в продажу мелкие детали, опасные для здоровья ребенка). На форумах коллекционеров Барби можно наблюдать обсуждение таких тем, как: "Сохранили ли вы своих старых Барби?", "Разрешаете ли вы своим детям играть с вашими куклами?", "Как вы делите своих Барби с дочерьми?", "Что значили ваши Барби для вас и что современные Барби значат для вашей дочери?". Тот факт, что Барби ассоциируется с приятными переживаниями детства, как у юных, так и у немолодых потребителей, периодически эксплуатируется рекламой, еще чаще — искусством. Так, например, уже упоминавшаяся мной реклама открытых автомобилей «Ниссан», в которой "кукла, похожая на GI Joe", увозит в красном корвете "куклу, похожую на Барби", стремится вызвать именно такие воспоминания. Кукла, изображенная в рекламе, выглядит немного «ретро», апеллируя, безусловно, не к тем, кто привык к личику и телу современных Барби, а к тем, кто помнит Барби образца «Малибу» или «Суперстар», если не более ранних Барби 60-х и 70-х с их помпезными прическами и скошенным взглядом.

За 46 лет своей пластиковой жизни Барби сумела стать одним из самых ярких социокультурных символов западной цивилизации. Ее и без того интуитивно понятное значение доказано множеством внешних явлений, целым рядом вех, демонстрирующих признание Барби в качестве неотъемлемой составляющей современной культуры. Для начала в 1976 году Барби, существовавшая тогда всего 17 лет, была помещена среди прочих артефактов в так называемую "Американскую капсулу времени", создание которой было приурочено к празднествам по поводу двухсотлетия США. Собранные в капсуле объекты были призваны "остановить мгновение", т. е. зафиксировать все то, чем Америка 1976 года гордилась и что считала абсолютно своим. В 1984 году, когда Барби исполнилось четверть века, мэр Нью-Йорка Эд Кох объявил день рождения Барби "Днем Барби и Кена в Нью-Йорке". «Маттел», совместно с мэрией города, провела целый ряд акций и мероприятий, преследуя одновременно две цели: промотирование куклы, и в том числе роскошной вариации, специально приуроченной к двадцатипятилетнему юбилею, и утверждение Барби и ее мира в качестве символа преуспевания Америки и американского образа жизни. В 1993 году Барби удостоилась места в парижском "Музее восковых фигур" в категории "Символы времени". Затем, в конце 90-х, в Хельсинки был открыт Музей Барби. Помимо экспозиции кукол и аксессуаров, частично переданных музеем компанией «Маттел», частично пожертвованных коллекционерами и другими привлеченными лицами, музей предоставляет посетителям возможность поучаствовать в нескольких обаятельных аттракционах, например, сфотографироваться в костюмах Барби и Кена, специально сшитых по человеческой мерке. В конце 90-х Барби заслужила в США собственную почетную марку в рамках акции "US Postal Service Celebrates The Century": она гордо представлена в разделе "Символы шестидесятых". Наконец, в 2003 году Барби была посвящена статья в Британской энциклопедии, обычно крайне сдержанно относящейся к идее включения информации об игрушках. На признание этими снобами Барби ушло сорок три года, но и они сдались. Наконец, к сорокапятилетней годовщине куклы один из ведущих американских телеканалов приготовился снимать сериал о Рут Хендлер, маме Барби. Сериал будет ставиться по книге Лорда "Неофициальная биография куклы". В день рождения Барби US Census Bureau опубликовало специальный документ, в котором Барби была названа "символом вечной американской юности".

Чтобы сравнить масштаб популярности Барби и других поп-культурных персон, я попыталась сделать интернет-поиск по именам двух других культовых персонажей — тоже популярных по сей

день и тоже созданных много десятилетий назад: Микки-Мауса и Супермена. Микки Маус выдает приблизительно 1.790.000 результатов, Супермен — около 3.660.000 результатов, в то время как Барби тянет на 4,5 миллиона. Собирая для главы о Барби в искусстве песни разных исполнителей, посвященные нашей пластиковой принцессе, я обнаружила несколько десятков таковых, естественно, я не имею в виду сборники, выпущенные "Маттел".

Исключительная популярность Барби и тот факт, что она является идеальной проективной фигурой, постепенно сформировал в массовом сознании некий обобщенный имидж куклы, частично идущий вразрез с тем, который предлагает видеть компания «Маттел», частично совпадающий с ним. Зазор между образом Барби по легенде «Маттел» и тем, какой ее видели потребители, критики и коллекционеры, существовал с самого дня появления Барби на свет. У меня создается впечатление, что в последнее десятилетие трещина между этими двумя образами приняла более или менее устоявшиеся очертания: она практически не сужается, но и не растет. «Маттел» продолжает позиционировать куклу как женщину, которая высоко ставит дружбу и семейные ценности и может добиться в жизни любой намеченной цели; по их версии, Барби — демократичная интернационалистка, экстраверт, опекуна всех слабых (и не только слабых) и большая интеллектуалка. Но мир продолжает видеть ее совсем иначе, и, как представляется мне, для того, чтобы официальный и неофициальный образы Барби хоть сколько-нибудь изменились, нужны очень сильные потрясения (будет, кстати, интересно узнать, оказался ли таким потрясением развод Барби с Кеном).

Попытавшись определить, символом чего — в широком понимании — является Барби, я получила никаким образом не претендующий на полноту или универсальную правильность список из, условно говоря, десяти категорий. Насколько я могу судить, только четыре из них более или менее соответствуют тому, что хотела бы внушать публике компания «Маттел»: так, у нее не должно вызывать сопротивления позиционирование Барби в качестве символа женственности, символа западной культуры и символа американского патриотизма. Но и эти категории более или менее соответствуют официальному имиджу куклы только при очень поверхностном рассмотрении. Что же касается других выделенных мной стереотипов (стандартность, благосостояние и престиж обладателя, пустоголовость, кич, чрезмерный консюмеризм, фальшь, искусственная идеальность и пресловутая эксплицитная сексуальность), все они никаким образом не вписываются в официальный имидж куклы.

Символ женственности. Говоря о Барби как о символе женственности, надо говорить о том, что на самом деле она зачастую воспринимается как символ утрированной, чрезмерной женственности, — фемининности в ее почти карикатурном изводе. Барби приписываются все худшие стереотипические черты женщин: она — идеальная Блондинка из анекдота. В то же время именно это представление о Барби чуть ли не как о символе "йони"^[1] (сексуальные ассоциации тут вполне уместны), в некоторых контекстах позволяет использовать куклу в качестве синонима понятия «женщина». Для меня очень ярким примером был рассказ моего близкого друга об обнаруженном им в одном из ресторанов Германии крайне занимательном способе пометить двери в мужской и женской туалет: к двери первого было прибито игрушечное ружье, к двери второго — Барби. Ровно тоже самое уравнивание понятий «Барби» и «женщина» в определенном смысле позволило участницам демонстрации за права женщин, прошедшей в сентябре 2003 года в одном небольшом европейском городе, подвесить кукол Барби на переносные виселицы. На груди у этих Барби болтались таблички: "Нас нельзя ни продать, ни взять силой".

Фактически вся мифология Барби, все, что о ней говорится, все, что она символизирует собой, замешано, в первую очередь, на ее гиперженскости, сверхженственности. Вот очередной "двойной посыл" — с одной стороны, она воплощает в себе стереотипическую «блондинку» — существо, крайне озабоченное своей внешностью, выше головы зарывшееся в тряпки, поглощенное романтическими отношениями с мальчиками, не способное ни дня прожить без вечеринок, обожающее младенцев, окруженное стайкой таких же лепечущих блондинок, как она сама, постоянно тусующихся в ее идеально вылизанном розовом домике среди подушечек и цветочков. Но, с другой стороны, эта идеальная ультра-женщина конца пятидесятых (сказываются перинатальные матрицы, возникшие в 1956–1959 годах!) постоянно совершает поступки, являющиеся стереотипически-мужскими: самостоятельно распоряжается собственной жизнью, осваивает неженские профессии и достигает в них весьма значительных высот, имеет широкий круг друзей и интересов — словом, нарушает то привычное представление о «блондинке», которое мы охотно приписываем девушке с ее внешностью и манерой одеваться. Но при всем этом Барби, бесспорно, является символом женского мира — ультра-фемина, она вдобавок оказывается лучшей подругой подрастающих девочек, их наперсницей и примером для подражания. Круг, таким образом, замыкается, оставляя мужчин любых возрастов и взглядов вовне. Это, кстати, еще одна причина, по которой отношения с мальчиками в мире Барби строятся, как уже описывалось, по такой ущемленной и дистантной схеме: матриархальная структура,

естественным образом возникающая как в игрушечном, так и в реальном мире Барби, не позволяет подпустить мужчин ближе или, не дай бог, допустить их внутрь. Отчасти это делается из сострадания к ним самим: их разум и плоть не созданы для этих приталенных скафандров с соблазнительными декольте, щебечущих бесед о последнем конкурсе супермоделей и культуре младенцев, а особенно младенцев женского пола.

Символ благосостояния. Идея о том, что Барби служит символом благосостояния и престижа ее обладателя, естественным образом работает на руку компании «Маттел», но в целом входит в диссонанс с легальным имиджем куклы. Считается, что Барби должна быть у каждой девочки (de facto: у каждой американской девочки есть в среднем восемь Барби на сегодняшний день). «Маттел» позиционирует свою куклу в качестве абсолютно доступной игрушки, в то время, как de facto даже Барби игровой линии стоят гораздо дороже эпигонов, а цена на коллекционные модели может доходить до девяти сот долларов. В среднем «игровая» Барби стоит от 9,99 доллара до 39 долларов в американских магазинах. Разница в цене двух моделей зависит от количества аксессуаров, новизны модели и некоторых локальных факторов. Двенадцатидюймовых кукол, сделанных "под Барби", можно купить за 1,99 долларов, более качественные варианты стоят 4–5 долларов, и это при том, как уже говорилось, что Барби в свое время завоевывала позиции на рынке именно благодаря своей дешевизне по сравнению с другими fashion dolls, каковая дешевизна когда-то и позволила ей стать игрушкой для каждой девочки.

До второй половины XX века куклы всегда воспринимались как предметы роскоши, имеются в виду, конечно, куклы, приобретенные у мастеров или в магазинах, а не сделанные домашним способом. Кукол разной степени сложности еще сто лет назад считали хорошим подарком королевским особам и относились к такому подарку с большим вниманием, например, в списках расходов царского двора при Николае II числится "бобровый хвост для потешной куклы царевны". Таких кукол большей частью привозили из Парижа, где кукольные мастера одевали их в дорогие наряды, имитирующие реальную моду того времени. Особым престижем пользовались механические куклы: в 1509 году Леонардо да Винчи подарил Луи VII механического льва, способного пройти навстречу королю по коридору и, остановившись перед ним, сделать глубокий реверанс, а в 1632 году король Густав Адольф получил в подарок исключительно дорогой резной деревянный ящик, в котором танцевали друг с другом две роскошно одетых куклы. Появление популярных и дешевых кукол было связано не только со становлением массового производства, но и с социальными изменениями: сперва с тем, что условно называется "изобретением детства", потом с процессом, называемым "коммерциализация детства", о котором я еще буду говорить. Я хорошо помню сцену из книги Александры Бурштейн "Дорога уходит вдаль": небогатый, но вполне обеспеченный врач с семьей приезжает из города отдохнуть в деревню (речь идет о первых годах XX века). Будучи человеком либеральным, он вполне поощряет дружбу своей дочери с местными детьми. В один прекрасный день в гости приезжает кто-то из родственников и привозит девочке куклу. Кукла считается роскошной: у нее нарядное платье и, если я правильно помню, приклеенные волосы, которые можно расплести и заплести, что в то время было не слишком частым атрибутом, обычно волосы кукол намертво укладывали в роскошные сложные прически. Девочке разрешают играть с куклой, но, как это часто бывало, велят обращаться с ней осторожно, поскольку кукла дорогая. Девочка дразнит куклой деревенских детей, которые никогда в жизни не видели подобной красоты. Разъяренный отец в наказание отдает куклу этим детям; они возвращают ее в конце дня, сообщив, что перед тем, как играть с красавицей, они тщательно вымыли руки. Здесь важен не столько тот факт, что кукла являлась символом роскоши для деревенской бедноты (это как раз неудивительно), сколько тот факт, что кукла являлась безусловным символом роскоши для девочки из вполне обеспеченной семьи. В начале века кукол у девочек было две или три, редко больше. Внимательное чтение романов вплоть до довольно позднего периода позволяет заметить часто повторяющуюся ситуацию: у девочки есть две куклы, одна условно называется «старой», а вторая условно называется "новой".

Но и сейчас либеральная Барби — подруга каждой девочки — по сей день является символом благосостояния обладательницы. В России это более или менее понятно: здесь Барби оказываются действительно дорогими в сравнении с китайскими игрушками или с игрушками отечественного производства; кроме того, они до сих пор ассоциируются с временами тяжелого дефицита (я буду говорить об этом в четвертой части книги). В качестве иллюстрации достаточно, как мне кажется, привести цитату из газеты "Двинская правда": в статье, рассказывающей о жизни уважаемой, но крайне небогатой семьи, фигурирует фраза: "Сейчас Просоловы живут в бывшем коровнике. Наташка родилась два года назад. Шустрая девчужка, любимые игрушки у нее — лопата, кастрюли и совки — словом, Барби не просит". Коллективным разумом Барби воспринимается как пример дорогой игрушки, не только символизирующей красивую жизнь, но являющейся ее непосредственным атрибутом. В западном мире, где приобретение Барби за 10 долларов в магазине или за 5–6 долларов

на распродаже не является проблемой для большого числа семей, Барби все равно остается символом богатства даже тогда, когда речь не идет о коллекционных куклах: девочки меряются качеством и количеством аксессуаров. Считается престижным иметь те аксессуары, которые не продаются в наборах вместе с куклой, а требуют отдельных вложений, начиная от домов мечты и заканчивая автомобилями и другими экзотическими средствами передвижения, вроде Барби-поезда или водного мотоцикла. Наличие такого аксессуара может служить предметом для хвастовства, а его приобретение и вызванный им интерес подруг и одноклассниц может всерьез менять социальный статус девочки по крайней мере на некоторое время. Дешевым такой способ социализации не назовешь: Barbie Play And Store Doll House, сделанный лицензированной компанией PJ Toys стоит 129,99 долларов, радиоуправляемый автомобильчик Барби стоит 30 долларов, небольшие простые наборы одежды — от 10 долларов, разнообразные интерьеры для игры или для демонстрации ее на полочке книжного шкафа (клуб, модный магазин, бутик, салон красоты) — от 20 долларов, самолет для Барби на аукционе «E-Bay» уходит за 70–90 долларов (речь идет только об игровой линии, аксессуары к коллекционным куклам стоят не в пример дороже). Кстати, появление коллекционных кукол, естественно, неплохо дополнило имидж Барби как роскошной и престижной игрушки. Особенно сильно укреплению этого имиджа в последние 15 лет способствовало появление действительно дорогих кукол от модных дизайнеров, чье имя само по себе связано с роскошью и большими деньгами. Чего стоит одна Барби от De Beers стоимостью 50 000 евро, созданная к сорокалетию куклы: ее светло-голубое платье расшито 160 подлинными бриллиантами от De Beers, крупнейшего гранильщика алмазов в мире.

Символ глупости. Если о роли Барби как о символе престижа еще можно спорить, то факт повсеместного восприятия Барби как существа абсолютно пустоголового сомнений не вызывает. В качестве антинаркотического предупреждения на одном из киносайтов фигурирует фраза: "Будешь есть слишком много таблеток — превратишься в пустоголовую пластмассовую Барби". Некоторый христианский ресурс задается вопросом: "Доколе мы будем пудрить ребенку мозги пустоголовыми Барби и Кенами?" На некотором студенческом форуме присутствовала тема: "Бей Барби — спасай факультет"; где словом «Барби» автор называл плохо успевающих, но хорошеньких и всем нравящихся студенток. Очень интересно опубликованное на сайте компании TNT интервью с молодой актрисой Валерией Кульбида, почти целиком посвященное тому, как Кульбида, природная блондинка с голубыми глазами, страдала от имиджа Barbie Girl. Когда она решила начать работать новостником, выяснилось, что от нее буквально требуют перекраситься и сменить прическу, говоря: "Тут редакция программы «Время», а не домик для Барби". Актриса утверждает, что с ней никто даже не пытался говорить серьезно, потому что она обладала всеми признаками классической Barbie Girl. По ее словам, актриса поняла, что если она не готова ограничивать свою карьеру выносом на сцену призов в программе "Поле чудес" (ей поступало и такое предложение), то "необходимо сменить имидж".

В общих чертах Барби действительно воспринимается как пустоголовая красотка, я не раз наблюдала ситуации, в которых типовые и широко известные анекдоты про блондинок (например, анекдот про то, что ночью весь свет в квартире прячется в холодильник), рассказывают, используя Барби в качестве главного персонажа. Я наблюдала ситуацию, в которой об известной актрисе девочка лет семнадцати презрительно сказала: "Она просто кукла Барби. Раскрасавица, нравится мужчинам, но дура полная".

Однако при внимательном рассмотрении образ Барби — это образ девушки, выглядящей, как пустоголовая красотка, но на самом деле не являющейся таковой. Здесь мы опять натываемся на пресловутый "двойной посыл": с одной стороны, успешная карьера и дипломы о высшем образовании, с другой — недавний скандал с говорящими Барби, жалующимися на трудности с математикой и предлагающими пойти устроить вечеринку. Мне иногда кажется, что Барби — своего рода *idiot savant*, так называемый "ученый идиот", один из тех индивидуумов, которые способны анализировать в уме системы функций комплексного переменного, но при этом обладают интеллектуальным и эмоциональным развитием пятилетнего ребенка или тринадцатилетнего подростка.

Символ плохого вкуса. Говоря о Барби как о символе китча, мы опять натываемся на двойственную ситуацию. С одной стороны, всем известно, что «Маттел» старается сделать свою куклу ультимативным символом моды и ради этого одевает ее в соответствии с последними модными тенденциями; с другой — из моды выбираются те тенденции, которые, условно говоря, имеют приторный розоватый оттенок. Одежда и аксессуары Барби вплоть до последних лет страдали излишней красотой и чрезмерным обилием деталей, работающие с ней дизайнеры явно слишком увлекались люрексом и блестками (все это неспроста — дети любят яркое и блестящее, а барочная вычурность аксессуаров и платьев ассоциируется у девочек с миром принцесс, плохо напоминающим подтянутый и спортивный мир покойной Дианы Английской или Софи Монокской). Правда, в последние пять лет любовь маттеловских дизайнеров к розовому люрексу, кажется, идет на убыль, уже можно говорить о том, что выпускается достаточное количество игровых Барби, одетых вполне со

вкусом, причем то же самое распространяется на кукол-спутников, и в первую очередь на Скиппер, фактически воплощающую собой молодежную моду в ее утрированном изводе.

Одной из составляющих китчевого имиджа Барби является знаменитый розовый цвет. «Маттел» проделала с розовым цветом совершенно поразительную вещь: в реальном мире он ассоциируется с Барби настолько прочно, что существует термин *Barbie Pink* для обозначения определенного оттенка розового. Эта навязчивая розовость и любовь к слишком ярким деталям постепенно сделали Барби символом всего вычурного и чрезмерного. Существует анекдот о том, что после визита американского президента в Россию один из новостных каналов сообщает: "Особенно президенту понравилась карета куклы Барби — простите, карета Екатерины II". Действительно, здесь тонко подмечена схожесть излишеств, к которым было склонно барокко середины XVIII века, и сегодняшних аксессуаров куклы. В последние годы насыщенность розового цвета, которым пользуются в создании платьев и аксессуаров для куклы, несколько пошла на убыль: Барби уже не так часто носит ярко-розовое, предпочитая более бледные тона. И все-таки благодаря Барби веками существовавшая гендерная традиция "девочки — розовое, мальчики — голубое" (до сих пор вполне внятно проявляющаяся, например, при создании приданого для новорожденных) активно поддерживается в нашем коллективном бессознательном. Теперь огромное количество компаний оформляет розовым любые ширпотребные товары для девочек. Достаточно войти в любой магазин игрушек, чтобы увидеть, например, целые стеллажи косметических наборов для маленьких девочек: эти наборы никак не связаны с Барби напрямую, но выкрашены в беспроегрешный розовый цвет (например, косметика *Fun Rise* или *GirlStar*). Эта тенденция проявляется не только в среде маленьких компаний, ищущих возможность привлечь внимание к собственным товарам, но и в среде очень крупных корпораций. Например, недавно запустившая производство игровых приставок для девочек компания *Nintendo*, хозяйка марки *Game boy*, оформила приставки розовым. Да, собственно, и сама «Маттел», не так давно начавшая выпускать более или менее серьезные домашние компьютеры (до этого в ее линии продуктов существовали только дешевые псевдо-ноутбуки с несколькими обучающими программами), красит их в голубой и розовый цвета: голубой — для мальчиков, розовый — для девочек, последний, вдобавок, украшен серебряными орнаментами и лиловыми цветами. И именно благодаря компании «Маттел» связь "розовое — значит девичье" укрепились настолько сильно, что на английском острове Уайт власти придумали новый способ борьбы со школьными хулиганами: их будет доставлять в школу не обычный автобус, а автобус, выкрашенный в унизительный для мальчиков розовый цвет. Что при этом происходит с девочками-правонарушителями, информационные источники умалчивают.

Символ консюмеризма. Эта тема — давняя и наболевшая. Примеры такого видения Барби бесчисленны, — напомним хотя бы ту же рекламу потребительского общества компании «Ниссан»: в ней подразумевается, что ради поездки в красном «корвете» Барби готова бросить любимого. Не так давно Лев Пирогов писал в одной из своих статей, посвященной в целом тихой русофильской ненависти к кукле Барби: "Главный враг демократии — это общество потребления, и кукла Барби — пророк его". Пирогов предлагал закопать Барби у «Макдоналдса» — "пусть черт заберет свое". Однако восприятие Барби как лишенной души потребительницы, естественно, возникло не в России, о нем говорили уже в самые первые годы существования куклы, когда обнаружился диссонанс между дешевизной и «массовостью» самой Барби и традиционной для всех *fashion dolls* необходимостью постоянно покупать кукле все новые аксессуары и гардеробы. Широкий рынок не был готов к этой идее. Родители столкнулись с принципиально новой парадигмой детской игрушки: купив недорогую куклу, они с трудом могли противостоять желанию ребенка приобрести для нее что-нибудь еще. Сам факт существования куклы в распоряжении чада служил и легитимацией, и рычагом давления на родителей. Это вызывало раздражение: родители чувствовали, что «Маттел» эксплуатирует их кошельки, продав трехдолларовое существо, но не предупредив, что его надо постоянно кормить. Собственно, на волне этого раздражения и возник, как мне видится, «страх» перед консюмеризмом Барби: чтобы не выкладывать доллар за долларом, ребенку приходилось объяснять, что вещи — не главное в жизни и Барби вполне может быть счастлива с десятью платьями, уже имеющимися в ее распоряжении. Постепенно Барби превратилась в родительском сознании в молоха, требующего постоянных жертв; уже позже этот образ мутировал в опасения касательно ценностей и идеалов, которые кукла внушает ребенку. По большому счету, здесь компании «Маттел» крыть нечем. Снова двойной сигнал: с одной стороны, «Маттел» бесконечно клянется, для Барби нет ничего важнее личных достижений и свободы выбора, а с другой — в октябрьском номере за 2000 год журнала "Играем с Барби" присутствует настольная игра с кубиками, в которой буквально фигурирует следующая фраза: "Попадаем на позицию пять — в ближайшем магазине распродажа, торопись сделать три шага вперед!"

Символ западной культуры. Когда в сентябре 2003 года так называемый Саудовский Комитет Добродетели запретил продажу Барби на территории Саудовской Аравии, выпущенный этой

организацией пресс-релиз буквально говорил: "Еврейские куклы Барби в своих бесстыдных одеждах и откровенных позах со всеми своими аксессуарами являются символом загнивания развращенного Запада". Прямым текстом или косвенно тот же тезис выдвигает и ряд российских публикаций. Не так давно я наткнулась на следующую очаровательную в своей простоте фразу: "Между Америкой и Барби можно поставить знак равенства". Другая цитата, пусть и перевирает истину, но демонстрирует очень характерный взгляд на проблему: "К куклам прилагается инструкция: сколько у Барби должно быть подруг, одежды, мебели, косметики, бойфрендов и прочего — таким образом, формируется потребность и перспектива жизни: быть как хорошая американская девочка". Эта связь понятий — "Барби = Америка" — делает нашу куклу еще одним, совершенно особым, символом для американцев — символом патриотизма. Барби, бесспорно, американка до мозга костей при всей ее интернациональности. В изначальной легенде она фактически подавалась компанией как девушка из little town America, буквально "соль земли" — Барби «жила» в маленьком городке Виллоус штата Висконсин и ходила в местную школу. Впрочем, в последние десятилетия «Маттел» все реже вспоминает про Виллоус, Висконсин: этот вымышленный городок не предоставил бы Барби достаточно возможностей для роскошных развлечений, столь любезных покупателям. Generation Barbie, выпущенная в 1999 году, поступила в продажу с совершенно новой легендой: она живет в Нью-Йорке и учится в нью-йоркской школе. Все это, как известно, не мешает ей старательно занимать все позиции, на которых в тот или иной период жизни может оказаться успешная американская женщина. В 1964 году Барби оказалась чирлидером — девочкой из группы поддержки, т. е. универсальным секс-символом американского кино, не говоря уже об американских порнофильмах. Кстати, само понятие «чирлидер» плотно ассоциируется с пустоголовой, жадной блондинкой, что не мешает чуть ли не каждой девочке мечтать о месте в этой школьной элите из элит. Эта мечта эксплуатировалась «Маттел» и в более поздние годы, когда чрезмерная приверженность Барби сугубо женским занятиям уже не поощрялась. Так, в специально созданной серии University Barbie кукла изображала чирлидеров разных университетских футбольных команд (в зависимости от названия команды на ее обширной груди красовался тот или иной логотип), после чего Барби с легкостью продемонстрировала, что можно быть чирлидером, а потом стать президентом. Первый раз речь зашла о месте в Овальном кабинете, когда Барби фигурировала в качестве "кандидата в президенты": ее костюм легко превращался в вечернее платье. А в 2000 году в связи с президентской кампанией была выпущена Барби-президент (со слоганом " Barbie for President!"). Энциклопедия моды Барби, выпущенная издательством " Dorling Kindersley", открывает раздел, посвященный аксессуарам Барби, фразой: "Барби — воплощение американской мечты: свой дом, своя машина, своя жизнь". В той же энциклопедии показано, что Барби, отправляющаяся в международное путешествие, держит в руке синий паспорт Соединенных Штатов.

Выпущенная в 1965 году Барби-астронавт держит в руках флаг Соединенных Штатов, явно собираясь застолбить им деляночку на далекой планете. Барби-астронавт 1986 года интересовалась только собой: на врученном ей в дорогу флаге было написано «Барби». Зато Барби-астронавт 1994 года имеет на скафандре маленькую нашивку — американский звездно-полосатый флаг. Многократно становившаяся олимпийской чемпионкой во славу своей родины, Барби в 1996 году продемонстрировала особую прыть. Дело в том, что именно в 1996 году произошла нашумевшая история с Олимпийской сборной США по художественной гимнастике: юная гимнастка Керри Страгт получила тяжелую травму ноги и, посоветовавшись со своим тренером, решила не отказываться от выступления в командных соревнованиях. Нога была «заморожена», девушка выступила, получила высшие оценки и принесла своей команде победу. Правда, с выступления тренер выносил ее на руках, а во время вручения медалей Страгт стояла на костылях. Вся Америка рыдала, Страгт называли величайшей патриоткой последнего десятилетия. «Маттел» немедленно выпустила Барби-олимпийскую чемпионку по гимнастике, со "сверхгибким телом" и в бело-красно-синей полосатой одежде с символикой США, фактической копией официальных костюмов олимпийской сборной.

Как и положено настоящей патриотке, Барби делает и военную карьеру. В коллекционной серии "Звезды и полосы" (" Stars and Stripes") собраны Барби в формате милитари. Среди них — Барби в вечерней форме женщины-офицера (оказывается, существует и такая: длинная узкая юбка, приталенный короткий жакет, золотые пуговицы и белая рубашка). Там же — «Барби-Пилот» и — характерный знак времени! — выпущенные в 1992 году "Барби и Кен — Паратруперы", изображенные... на фоне пустыни и барханов. Единственная, выбивающаяся из общей линии кукла этой серии — «Барби-Марди-Грасс» (так называется последний день перед Великим постом. В этот день американцы как следует наедаются наперед и устраивают разнообразные увеселительные мероприятия, в частности в Нью-Орлеане проходит знаменитый "Карнавал Марди Грасс"). Эта Барби одета в роскошное, пышное розовое платье в черный горошек: этакая веселая клуша из Нью-Орлеана.

Другая коллекционная серия патриотической направленности — " American Stories". В нее, среди

прочих вариаций, входят две индианки (одна из них — с младенцем, привязанным за спиной), Барби-медсестра времен гражданской войны (длинное белое платье, белый передник и накладка на волосах; «Маттел» удалось заставить даже эту куклу выглядеть сексапильной и кокетливой). Там же присутствуют "Колониальная Барби" и «Барби-пилигрим» (в силу ограничений, волей-неволей налагаемых историей на ее костюм, выглядящая не очень роскошно, но зато невыносимо трогательно). И наконец, в этой же серии фигурирует очень красивая, «Барби-Патриотка» созданная в 1997 году. Одетая в алое с золотом платье, синий камзол и треуголку с белым пером, Барби держит в изящной ручке золотой Колокол Свободы. Жабо и тугие локоны на манер старинного парика помогают понять, что эта Барби — вариация на тему солдат времен американской революции XVIII века. Как объясняет «Маттел» в прилагающейся брошюре к этой кукле, "Барби — участница событий 1774 года в Филадельфии. Она рассказывает нам о своем вкладе в борьбу за свободу Родины".

Даже вечная улыбка Барби в восприятии обывателей зачастую сливается с "вечной американской улыбкой", которую традиционно награждают эпитетами «приклеенная», «пустая» и «фальшивая». Одно издание, посвященное воспитанию детей, рекомендует шить игрушки самим или покупать отечественных кукол, говоря: "От вечно смеющейся куклы Барби слез не дождешься — не потому ли дорогие современные игрушки интересуют детей лишь короткое время? С ними становится скучно, потому что своей застывшей улыбкой Барби сковывает фантазию ребенка". Очевидно, автор подразумевает, что у Барби существует только одно психоэмоциональное состояние, то самое, которое выдается постоянной улыбкой (существует даже выражение "Barbie smile" — так, мол, называется улыбка человека, сидящего на "прозаке"). В то же время постоянная улыбка, идеальный внешний вид и отсутствие плохого настроения, безусловно, часть факторов, которые делают из Барби не только символ Запада и в первую очередь Америки, но и секс-символ.

Секс-символ. Очень часто публикации о Барби снабжаются подзаголовком: "История секс-символа", или "Тайна секс-символа", или еще что-нибудь «секс-символа». На порносайтах масса девочек называет себя именем Барби. Существует даже довольно известный порнодуэт — высокие блондинки с очень большой грудью — под названием Barbie Twins. При этом у Барби отсутствуют соски и гениталии, а компания «Маттел» упорно отстаивает версию о невинности и девственности своей куклы и готова тащить в суд тех, кто заявляет обратное. На зазоре между провокативной сексапильностью Барби и ее заявленной невинностью строится огромное количество спекуляций, анекдотов, произведений фанатской литературы и фанатского искусства и произведений литературы и искусства вообще, поскольку зазор этот создает один из излюбленных образов современной культуры: образ невинной, но исключительно сексапильной юной девушки. Фактически образ Барби совпадает по некоторым параметрам с образом главной героини, чью роль Мена Сувари играла в "Красоте по-американски": провокативная, холеная, нарочито сексуальная юная крошка, оказывающаяся на поверку робкой и романтической девственницей. Ирландский постановщик Дженнифер Уэлш, осенью 2003 года представивший на театральном фестивале в Дрездене шоу под названием XXX Live Nude Girls, использовал двух кукол Барби в качестве главных героинь. По его словам, "они шли к самопознанию через жесткий (с насилием и увечьями. — Л.Г.) секс". Уэлш с удовольствием объяснял прессе, что хотел бы показать маленьким девочкам, что на самом деле происходит в их голове, когда они играют с Барби. Говорить о том, у кого на самом деле что происходит в голове ("Доктор, это вы показываете мне какие-то грязные картинки!"), здесь, конечно, излишне. Но зазор между невинностью Барби и сексуальностью Барби эта история иллюстрирует, на мой взгляд, как нельзя лучше.

К образу «Барби-супершлюха» (это цитата из стихика, к которому я еще вернусь в главе 12) немало добавило, конечно, и пресловутое восприятие Барби как «блондинки», не перебитое целой армией брюнеток и шатенок от «Маттел»: стереотип требует завершенности, и раз уж Барби — белокурая красавица с макияжем и кучей шмоток, то быть шлюхой ей, по мнению коллективного бессознательного, сам Бог велел.

Символ шаблонности. Существование Барби как символа шаблонности и стандартности обуславливается непосредственным стремлением «Маттел» позиционировать куклу в качестве ролевой модели. В результате самые разные вариативы Барби, естественно, обладают, одним и тем же условным характером, наиболее усредненным мнением по любым вопросам и уже упоминавшимся стремлением следовать всем модным трендам, не создавая индивидуального стиля и не вынося никаких особых суждений ни по какому поводу. Всегда можно предсказать, как Барби поведет себя в той или иной ситуации, что она скажет и как поступит. Если перед ней опустится тарелка с маленькими зелеными человечками, говорящими: "Take me to your leader!" — Барби расплывется в улыбке, помашет ладошкой и скажет: "Welcome to USA! We are always happy to have guests!" Очень характерным является частое появление высказываний в формате: "Не какая-нибудь Барби, а..." — дальше идет перечисление свойств того или иного персонажа, делающих его уникальной личностью. Например, на форуме, где обсуждался некий подростковый сериал, я нашла следующий пост: "Этот

сериал говорит о том, что на самом деле беспокоит старшекласников. Мне понравилось, что выведенные в нем персонажи — это не какая-нибудь кучка Барби и Кенов, а самостоятельные личности с достоинствами и недостатками". В одном из ранних эпизодов сериала " Beverly Hills 90210" две юные соперницы, борющиеся за внимание одного и того же парня, знакомятся друг с другом. Отходя в сторону, одна из соперниц говорит на ухо своей подруге: "Ты была права, она всего-навсего Барби".

Среди материалов, представленных на Международный семинар по гендерной составляющей в современной драматургии, была исследовательская работа Анны Альчук под названием "Синдром Барби, или Влияние образов западной массовой культуры на постсоветское сознание". В работе присутствовала часть, озаглавленная: "Создание усредненного женского идеала и роль Барби в этом процессе", идеально иллюстрирующая тезис о том, что Барби в массовом сознании воспринимается как шаблон и провозвестница шаблонов.

Некое издание, дающее советы всем желающим сделать политическую карьеру, рекомендует читателям не лишать себя черт индивидуальности и не стараться понравиться всем: иначе, пишет автор, получается кандидат, "сильно смахивающий на пластмассовую куклу Барби. Он всех раздражает только потому, что в нем все подобрано таким образом, чтобы ни у кого не вызывать раздражения".

Перечисленные мной аспекты восприятия Барби и станут основной темой всей третьей части книги. Я буду пытаться говорить о том, каким образом складывались репутация и образ Барби в окружающем куклу реальном мире, о том, какую роль она играет в повседневной жизни самых разных людей, и о том, что позволило Барби занять эту роль в нашем сознании много лет назад и играть ее по сей день.

Глава 11.

"БАБУШЕК ДВЕ, А ВОТ БАРБИ — ОДНА!": БАРБИ В ЖИЗНИ ДЕВОЧЕК

Существует анекдот о том, как две немолодые лесбиянки впервые встречаются для интимного свидания в доме у одной из них. Гостья встает, чтобы взять в шкафу полотенце, и обнаруживает, что все полки шкафа заняты куклами Барби. В изумлении она спрашивает: "Ты их что, коллекционируешь?" "Понимаешь, — говорит ее подруга, — мне уже сорок с лишним, скоро я стану старой и страшной... а чего не сделает для меня маленькая девочка ради куклы Барби!"

В западном мире отношения человека с Барби строятся с самого раннего детства, фактически лет с трех. Роль, которую Барби играет в жизни маленькой девочки, определяет то, как будут складываться их взаимоотношения по мере взросления ребенка и то, насколько преданным покупателем станет выросшая маленькая девочка, когда обзаведется собственными детьми... Для «Маттел» маленькие девочки являются основными объектами ухаживаний и основными потребителями Барби. До 1985 года, когда началось производство коллекционных Барби, этот рынок был фактически единственным, но даже сейчас все куклы игровой линии рассчитаны на девочек в возрасте от трех до двенадцати лет. Правда, и исследования показывают, что игра в куклы часто затягивается до гораздо более позднего возраста, иногда до пятнадцати — шестнадцати лет. С Барби, благодаря ее «взрослости» и удобства использования этой куклы именно для подростковых проекций, часто продолжают играть в тринадцать-четырнадцать лет. Чтение статей, посвященных Барби, рассмотрение целого ряда исследований, участие в родительских форумах и других «взрослых» средах общения, так или иначе связанных с Барби, дало мне, как мне кажется, более или менее четкое представление о том, как взрослые представляют себе роль этой куклы в жизни подрастающего поколения. Особенно интересно читать форумы и гостевые книги близкой тематики в России, где родители не способны сравнить переживания своих дочерей по поводу Барби со своими собственными: в соответствующие годы Барби просто не было в их распоряжении.

Но и вне зависимости от географических особенностей можно смело сказать, что число родителей и вообще взрослых, относящихся к Барби нейтрально, очень и очень мало. Подавляющее большинство тех, с кем мне довелось говорить на эту тему или чьи высказывания мне довелось читать, полагают, что среди всех игрушек, находящихся в распоряжении их детей или детей их знакомых, Барби занимает особое место в силу масштаба ее влияния на личность развивающегося ребенка. Вера взрослых в это влияние, на мой взгляд, значительно превосходит уверенность самих девочек в существовании такого влияния. И дело здесь не только в более развитой рефлексии у старшего поколения. Мне видится, что в большой мере дело заключается в разнице проекционных механизмов и в том, что взрослые как наблюдатели игрового процесса и дети как непосредственные его участники «вчитывают» разные смыслы в игру с Барби. Если дети исключительно свободны в выборе ролей и

характеристик, присваиваемых кукле (она может быть, в зависимости от конкретного момента, самой девочкой, ее подружкой, кем-нибудь из взрослых, например: мамой, тетей, школьной учительницей, незнакомой женщиной, персонажем просмотренного фильма, принцессой из космоса и т. д.), то взрослые, гораздо более косные в своих проекциях, видят в Барби уже описанный мной в прошлой главе монолитный образ, тяжело поддающийся пересмотру и не слишком обаятельный. Для них Барби в первую очередь — взрослая женщина с развитыми формами, вкусом к материальным ценностям и богатым, иногда вызывающим гардеробом. Они не учитывают широту спектра тех ролей, которые дети присваивают кукле, и искренне переживают, что маленький ребенок может питать постоянную привязанность к такого рода "особе".

Еще одна причина, заставляющая взрослых опасаться Барби и приписывать ей негативное влияние на детей, — непонимание механизма различения правды и вымысла. В этом плане взрослые совершенно не доверяют детям. Почему-то считается, что ребенок легко путает правду и вымысел даже там, где его собственный опыт и весь контекст указывают на вымышленность ситуации. Если бы все действительно было так плохо, как мы подозреваем, то книжные иллюстрации и плюшевые игрушки внушали бы детям, что существуют розовые коты и крокодилы в полосочку, а отсутствие таких существ в реальном мире наносило бы ребенку тяжелейшую травму. Взрослые часто полагают, что ребенок способен считывать только самые непосредственные смыслы предлагаемых ему историй и не способен просматривать за ними более сложные сюжетные, этические и моральные конструкции. Если бы мы оценивали волшебные сказки с такой же степенью адекватности, с какой мы оцениваем Барби, то Золушке следовало бы пенять на то, что она учит детей подчиняться всякому, кто ими помыкает, стыдиться своей честной рабочей одежды, считать, что работа — это позор, и отдаваться в руки первого встречного с высоким социальным положением. Нас не передергивает от слов "прекрасная принцесса", повторяющихся из сказки в сказку, мы почему-то не считаем их способными внушить девочке, что любовь достается только прекрасным (а если и считаем, то не перестаем читать ей сказки и слово «прекрасная» не опускаем). Мы искренне верим, что дети, слушающие сказку, некоторым магическим образом различают за поверхностными атрибутами сюжета сложную «мораль», но дети, играющие с Барби, замечают только неправильные пропорции тела, розовые двухэтажные дома и слишком яркие костюмы.

Барби, безусловно, можно многое поставить в вину. Но настолько серьезные попытки демонизировать бедную куклу и одновременно инвалидизировать ребенка видятся мне несколько нелепыми. Кроме того, не следует предполагать, что девочка, играющая с Барби, заперта в розовом замке злой колдуньи, обладающей широкой улыбкой и кучей розовых платьиц. На самом деле существует огромное количество факторов влияния, сказывающихся на развитии любой девочки, растущей в хоть сколько-нибудь нормальной (и даже в совершенно ненормальной) обстановке. Барби вполне может быть одним из них, пусть даже весьма значительным, но все-таки не единственным. Жизненные уроки девочка получает не только от своих кукол. Я часто думаю о том, что если бы дело с Барби обстояло так плохо, как нам нередко рассказывают, и что если бы она действительно оказывала на развивающийся ум будущей женщины такое чудовищное влияние, то за сорок шесть лет существования этой куклы западный мир давно скатился бы в тартарары, и сегодня мы имели бы дело исключительно с пустоголовыми фригидными блондинками, не имеющими никаких ценностей, кроме материальных. Благодарение Богу, ничего подобного не происходит. Одна из прочитанных мной статей, касавшихся Барби, называлась "Пластиковая сестра сатаны" (статья, кстати, защищала бедную куклу от нападков ранних и поздних феминисток). Можно сколько угодно ругать Барби и предъявлять ей вполне обоснованные претензии самого разного рода. Но говоря о ней как о "пластиковой сестре сатаны", мы обижаем и себя, и своих детей.

Одной из составляющих мифа о значении Барби в жизни подрастающего поколения является вера в исключительную преданность девочек своей кукле. Сегодня девочки начинают знакомиться с Барби приблизительно с трех лет (специально для этой категории маленьких потребителей выпущена версия "Моя первая Барби и мой первый Кен"). О популярности Барби может говорить не только тот факт, что каждую секунду где-нибудь на земном шаре продаются две куклы, но, например, и тот факт, что "Клуб Барби" является второй по величине организацией для девочек в Соединенных Штатах Америки, уступая только герлскаутам. По показателям торговой сети-гиганта WalMart, в 2003 году 27 % девочек приобрели костюмы Барби на Хеллоуин. В массе печатных материалов самого разного (не рекламного) толка мы находим упоминание Барби в качестве универсальной мечты любой девочки и идеального подарка для нее. Тот факт, что Барби может осчастливить любую малышку, даже не поясняется, он считается совершенно очевидным. Просьба о приобретении Барби — как первой и единственной, так и двадцать пятой, но совершенно особенной — постоянно фигурирует в детских письмах к Санта-Клаусу. В свое время в сети была опубликована подборка из десяти писем президенту Кучме, перед Новым годом украинские дети обращались к нему как к Деду Морозу. Из десяти

обращений в двух фигурировала просьба подарить Барби.

Среди многочисленных подборок высказываний о Барби, сделанных взрослыми людьми, — история сорокалетней дамы, чье детство было исключительно бедным. Она всегда мечтала о Барби и, наконец, эту куклу ей подарила тетя Элиса. Кукла сохранилась, и дама передала ее своей дочери, у которой, заботами мамы, Барби всегда было в избытке. Когда девочке исполнилось четырнадцать лет, они с мамой отобрали двенадцать Барби из почти двух десятков имевшихся в распоряжении, привели кукол в порядок и отнесли в ближайший детский приют. "У директора приюта, — пишет дама, — на глазах выступили слезы. Он сказал, что в это Рождество нам удалось сделать счастливыми двенадцать девочек".

Та же преданность девочек Барби часто отражается в фольклоре. Кроме вышеупомянутого анекдота про двух лесбиянок: "Что не сделает для меня маленькая девочка за куклу Барби!" — существует, например, следующий стишок в формате детской страшилки (автор его остается мне неизвестным):

Бабушка внучку свою наказала
И в наказание Барби забрала.
В кофе мышьяк — пей, бабуля, до дна:
Бабушек две, а вот Барби одна!

Иногда тот же подтекст возникает в совершенно несмешных ситуациях. В начале года по новостным лентам прошло сообщение о самой юной наркоманке Эстонии — семилетней девочке. Эта девочка из очень бедной семьи мечтала о кукле Барби; ее мечта была известна всей школе. По утверждению новостников, в один прекрасный день девочку у выхода из школы встретила некая женщина, сказавшая: "Я подарю тебе прекрасную куклу Барби, но сначала мы поставим небольшой эксперимент..." На момент появления сообщения в новостях девочка находилась в наркологическом центре. При всей утрированности этой драмы, приведенная история прекрасным образом демонстрирует не только любовь девочек к Барби, но и совершенно особый момент — преданность кукле девочек из бедных семей. Для них Барби является символом красивой жизни — не только красивой жизни в вымышленном мире самой Барби, но и мире реальном. Она сама оказывается предметом роскоши и символом благосостояния. Я уже останавливалась на этом вопросе в предыдущей главе, говоря, что для многих девочек обладание разнообразными Барби и дорогими аксессуарами для них является вопросом престижа. Однако социальное давление оказывается на девочку не только тогда, когда речь идет о непосредственном приобретении Барби. С Барби важно играть, в мир Барби важно быть посвященной. Игра с самой куклой, чтение соответствующих журналов, отслеживание новинок в мире Барби социализуют девочку, они ставят ее в некий общий контекст, помогают ориентироваться в дискурсе, принятом в среде сверстниц. Не так давно прекрасный эссеист Панюшкин опубликовал в Газете. Ру текст о детских игрушках. В этом тексте он буквально говорит следующее: "Я даже думаю, что многие девочки любят драконов, червяков и змей, но беда в том, что никто не дарит девочкам змей, а все норовят подарить куклу Барби. Я думаю, получив в подарок десятую Барби подряд, многие девочки смиряются с тем, что змею им никто никогда не подарит, и начинают любить, что подарили, — то есть куклу Барби". Великий Панюшкин прав, но это давление осуществляется, конечно, не только взрослыми, но и сверстниками. Выяснить, что предшествует чему, означало бы, как мне кажется, решить проблему яйца и курицы.

Такая преданность девочек Барби в сочетании с масштабами популярности этой куклы естественным образом оправдывает вопрос о влиянии Барби на подрастающее поколение. Выпуская куклу на рынок, Рут Хендлер обещала, что она станет идеальной ролевой моделью для девочек, — правда, тогда речь шла только о том, что Барби превратит своих обладательниц в "благовоспитанных юных леди". За прошедшие 46 лет эта задача сохранилась, но переформулировалась: на каждом этапе времени «Маттел» старалась гарантировать, что Барби будет способствовать превращению девочки в благовоспитанную или неблаговоспитанную, но именно ту юную леди, которую в данный момент хочет видеть социум. Здесь, кстати, тоже возникает интересная проблема. Девочка играет с Барби в пять, шесть, восемь лет; эта Барби воплощает текущий "идеал женщины" по меркам социума. Но к моменту, когда девочка, собственно, входит в возраст пятнадцати-шестнадцати лет, этот идеал оказывается абсолютно иным, а старые ценности зачастую неуместны. Вот самый простой пример: те, кому в 1959 году было 16 лет, т. е. те "благовоспитанные юные леди", которых хотело видеть общество и которым со временем предстояло стать первыми десятилетними обладательницами Барби, были последним поколением "благовоспитанных юных леди" в США. Самим же первым потребительницам Барби суждено было достигнуть возраста 16 лет в 1964 году: холодная война, убийство Кеннеди, посттравматическая Америка — никаких платьев на воздушной подушке и никакой "влюбленности в любовь", столь модной в конце 1950-х, на излете Эры Американской Мечты. В 1960 году существовало платье для Барби под названием "Кофе подан"; в 1970-м, когда девочки, надевавшие на куклу это

платье, подросли, такое название могло считаться разве что карикатурным. Будучи взрослой куклой, Барби, в силу возрастного зазора между ней и играющими в нее девочками, делает указанный разрыв непреодолимым.

Таким образом, *de facto* Барби демонстрируют девочке не то, какой она должна быть, когда вырастет (об этом у компании «Маттел», как и у всех прочих смертных, нет ни малейшего представления). Барби, скорее, является примером для немедленного подражания. А уж экстраполяция этого примера по шкале внешних ценностей позволяет девочке воображать себе будущее, точно так же, как это происходит, когда девочка говорит: "Когда я вырасту, я хочу быть как мама". Вот один из серьезных плюсов Барби: что бы ни говорила компания «Маттел», Барби на самом деле ориентирует девочку не так на будущее, как на настоящее. Барби, как и маме, необходимо подражать немедленно, в том числе во всех ее положительных чертах: асертивности, терпимости, готовности к обучению, карьерной ориентированности.

Интересно, что в самом начале существования Барби — на излете 1950-х и в ранних 1960-х — была для многих маленьких девочек едва ли не единственным медийным окном в жизнь подростков. В то время не было молодежных сериалов в их современном понимании, не существовало такого изобилия подростковых журналов, по которым современные девочки 11–12 лет представляют себе жизнь 14 — 16-летних подростков. Мейнстримная репрезентация подростка в масс-культуре рисовала идеализированную жизнь, не вызывающую особенного доверия. Печальный пример тому — первое американское реалити-шоу. Это шоу слежения называлось *American Family* и должно было превращать в сериал подлинную жизнь обыкновенной американской семьи с двумя детьми-подростками. Через несколько недель после начала показа шоу пришлось прекратить: выяснилось, что семья, и в том числе дети, сталкиваются с совершенно не подходящими для идеализированного телевизионного эфира явлениями — сексом, наркотиками, семейными ссорами и тому подобными неприглядными вещами. Позже, в поздние 60-е и в 70-е годы, когда масс-культура, ориентированная на подростков, уже процветала, Барби представляла собой альтернативу реальным подросткам, курившим траву, тусовавшимся на Вудстоке, убегавшим из дому, сжигавшим лифчики на площадях и занимавшимся, не приведи господь, сексом. По большому счету, родители в те годы должны были молиться на чистенькую, аккуратную Барби, столь далекую от всех этих реалий и предпочитающую хорошему косяку вечер с сестричками, поход на танцы в приличный клуб и крайне умеренную музыку. Единственная «Барби-Хиппи» появилась в конце 70-х, когда представляемая ей культура фактически отмирала.

На всем протяжении существования Барби «Маттел» утверждала, что их кукла является воплощением детских фантазий о будущем и идеальной ролевой моделью для девочки. Нередко это заявление прямым текстом пишется в рекламных материалах, рассчитанных не только на родителей, но и на самих девочек. Так, в упомянутой мной энциклопедии Барби, например, говорится: "Барби вживается в новые образы и роли, воплощая детские мечты и фантазии". В той же энциклопедии, представляя куклу Бекки в инвалидной коляске, авторы сообщают: "Бекки — ролевая модель для всех девочек с физическими проблемами". Слова "ролевая модель", скорее, рассчитаны на родителей, чем на непосредственных обладательниц куклы, и в какой-то мере делают свое дело (хотя появление, скажем, той же Бекки не обошлось без скандала, о котором я еще расскажу). Но объективно судить о том, насколько успешной ролевой моделью является Барби, т. е. насколько сильно сценарии, воплощаемые девочками в будущую взрослую жизнь, зависят от их детских игр с этой куклой, было бы возможно только на основании тщательно проведенных исследований, желательных охватывающих весьма значительное число участников из разных социальных слоев, а по возможности и из разных поколений. Следов исследований подобного рода мне, увы, обнаружить не удалось. Большинство виденных мной рассуждений по этому поводу являются такими же спекулятивными, как и мои собственные.

Однако вера взрослых в зависимость девочек от Барби все-таки поразительна. Например, в 1999 году, когда была выпущена серия «*Generation*» — набор новых подруг Барби, у одной из них, Челси, в носу был очаровательный блестящий гвоздик, столь модный у подростков тех лет. Этот факт вызвал бурю эмоций: родители не сомневались, что теперь все девочки начнут требовать разрешения сделать пирсинг. Компании пришлось изъять гвоздик у Челси из носа... Другой часто упоминающийся скандал — скандал с беременной куклой Мидж. Когда выяснилось, что подруга Барби — лучшая подруга, одна из старейших кукол серии! — беременна, родители устроили скандал: считалось, что девочки немедленно воспримут это как разрешение заниматься сексом и — чего доброго — заводить детей. Множество магазинов убрало спорную куклу с полок, но даже тогда, насколько мне удастся судить, не было опубликовано ни одно серьезное исследование, способное показать, как девочки на самом деле воспринимают беременную Мидж. На одном из форумов, где родители беседовали о влиянии Барби на их дочерей, я спросила, почему они не боятся, что, например, их собственная вторая

или третья беременность будет воспринята девочками как пример подражания. Мне в ответ было выдвинуто вполне понятное утверждение: дети считают, что Барби делаются специально для них, они воспринимают исходящий от нее сигнал как личное послание в отличие от многих сигналов реального мира. Но при этом наличие у Барби самолетов не заставляет девочек требовать самолет у родителей, а тот факт, что Барби способна менять цвет волос, не подвигает 10 — 12-летних девочек на еженедельное мелирование... Словом, ответа на вопрос о том, насколько серьезной ролевой моделью является Барби, мы не получим до тех пор, пока спекулятивные культурологические рассуждения вроде моих не будут заменены хорошей статистической основой.

Постоянные усилия, затрачиваемые «Маттел» на коррелирование образа Барби, до последних лет имели дело фактически с непрямым сигналом: Барби оставалась куклой, и о ней, как о сказочном персонаже, можно было только судить по контексту, в который ее ставил производитель. Однако в последние пять лет Барби стала «оживать», о чем я буду рассказывать в отдельной главе: с ней уже можно поговорить по телефону, у нее можно попросить совета, она общается с девочками через биллборды, на которых изображена не кукла, а их собственные сверстницы, как это было в огромной рекламной кампании "Girls Can Do Anything", о которой я говорила в главе о профессиях. Образ Барби давно вышел из под контроля «Маттел»; сейчас он задается не столько усилиями производителя, сколько тем, что вчитываем в эту куклу мы сами. В 1984 году культуролог Уильям Шапиро сформулировал так называемые Life Lessons From Barbie ("Жизненные наставления Барби"), т. е. ряд постулатов, которые, по его мнению, соответствовали message, диктуемому этой куклой. За 20 лет, прошедших с момента публикации работы Шапиро, часть этих постулатов не изменилась, в то время как другая часть утратила свою актуальность и преобразовалась самым серьезным образом. Установки Шапиро были таковы:

1. Семья — это главное.
2. Многих девочек зовут одинаково, но ты по-прежнему можешь быть уникальной.
3. Нехватка мужчин не испортит вечеринки: у женщин есть свой социальный этикет, и важное мероприятие необязательно требует присутствия мужчины.
4. Альтернативный образ жизни имеет право на существование.
5. Иметь несколько карьер — это классно.
6. Можно совмещать любовь и работу.
7. Болезни и трудности — часть жизни.
8. Война — это ад.
9. Все бездомные должны получить убежище.
10. Моногамия работает.

Сегодня мне трудно судить, насколько все это в действительности соответствовало восприятию Барби в 1984 году, но сегодня Барби, так и не вышедшая замуж в свои 46 лет и только-только разошедшаяся с Кеном, не очень соответствует принципу "Семья — это главное". Об «уникальности», как уже упоминалось, говорить не приходится. Безусловно, остается справедливым восприятие Барби как девушки, не считающей общество мужчин необходимым для того, чтобы хорошо проводить время, хотя ее неспособность поддерживать отношения с представителями противоположного пола начинает казаться признаком серьезного невроза. О существовании альтернативных образов жизни рассуждать в контексте Барби просто наивно: альтернатива в мире Барби — это альтернатива между поп-музыкой и хип-хопом, при том, что хип-хопперы и представители попсы с одинаковым энтузиазмом говорят: "Ты молодец, Скиппи, что слушаешься старших!" и долго извиняются за случайный зевок. В мире Барби по-прежнему нет ни представителей сексуальных меньшинств, ни лесбиянок, ни людей, принадлежащих к бедным слоям населения, ни пресловутых бездомных, ни представителей каких бы то ни было религий, ни каких бы то ни было других представителей подлинно альтернативных образов жизни. Что еще? Множество карьер — это по-прежнему классно: здесь не поспоришь. А вот способность совмещать любовь и работу в жизни Барби никаким образом не наблюдается — скорее можно сочетать работу и разнообразные социальные функции. Никаким образом я не вижу, почему болезнь и страдания являются частью мира Барби, и не вижу, каким образом они могли являться частью мира Барби в 1984 году, когда речь еще не шла даже о подружках-инвалидах. Забавно наблюдать в списке Шапиро пункт "Война — это ад": в 1984 году это, возможно, еще имело отношение к делу, а вот в 1985-м «Маттел» уже полным ходом выпускала серию "Stars and Stripes" — Барби в армейской униформе. О необходимости дать приют всем бездомным говорить сложно, — в мире Барби таковых не наблюдается. Барби, конечно, учит помогать окружающим по мере сил, но ни с бездомными, ни с тяжелобольными, ни с другими "неприятными личностями" Барби никогда дела не имела, и улыбающаяся "Бекки-Чемпионка-Олимпиады-для-инвалидов" является вопиющим исключением, чем-то вроде "своего еврея", способом компании «Маттел» прикрываться от обвинений. О том, работает ли моногамия, мы узнаем только теперь, когда Барби рассталась с Кеном и начала

встречаться с Блейном. 45 лет — неплохой срок для одних отношений, да и брак Алана с Мидж тоже длится уже более трех десятков лет, но, может быть, теперь, когда Барби стала свободной женщиной, она начнет менять мужчин чаще?

Я попыталась сформулировать, какие «наставления» можно получить от Барби сегодня, в 2004 году. Мой список почти нигде не совпадает со списком Шапиро буквально, но явно коррелирует с ним в некоторых глобальных вещах. Мой список оказался таким:

1. Свои — это святое. Барби абсолютно предана своим подругам и всегда защищает их интересы. Иногда эти подруги растворяются в небытии, но это свойственно и людям в реальном мире, а вот ссор и скандалов в жизни Барби не наблюдается — если сор и существует, то его никогда не выносят из избы. Все мелкие трения должны разрешаться на месте при помощи дружеской шутки и удачно найденного компромисса.

2. Идеалы существуют — и Барби дает понять, что эти идеалы достижимы.

3. "Это никогда не случится с нами". Боль и страдания на сегодняшний день в какой-то мере действительно являются частью мира Барби. Дело не только в подруге-инвалиде, но и в том, что люди, появляющиеся в сюжетах о Барби, могут страдать и переживать, правда, причины почти всегда оказываются какими-то кукольными, благо в мире Барби не существует смерти, тяжелых заболеваний, насилия и других элементов витальной опасности. Однако люди в мире Барби могут беспокоиться по карьерным причинам, жалеть о потерянных предметах, переживать из-за ссор с друзьями или страдать из-за социальной неустроенности окружающего мира. Но все-таки никакие тяжелые события никогда не происходят с самой Барби и фактически никогда с ее друзьями. Барби буквально демонстрирует, что неприятности, конечно, могут случаться, но уж, конечно, не с нами и не с нашими близкими. Прекрасная экзистенциальная защита, если ее действительно удастся принять.

4. Социум — это бог. Самое ценное в мире Барби — это успешность и социальная адаптированность. Человеку можно простить мелкие ошибки и нарушения этикета, но нежелание тусоваться с друзьями, ходить на вечеринки и в туристические походы или петь караоке воспринимается как социальное преступление. С таким человеком что-то не так.

5. Терпимость делает тебя лучше. Я буду много говорить об этом позже, но у меня, в целом, создается впечатление, что Барби не так терпима, как политкорректна. Единственные меньшинства, с которыми она имеет дело, — это этнические меньшинства, представители которых при этом принадлежат к той же классовой прослойке, что и сама Барби. Таким образом, мне видится, что Барби воспитывает в девочке не интернационалистку и не человека, терпимого к уже упомянутым альтернативным образам жизни, а, скорее, человека тактичного в тех ситуациях, когда речь идет о качествах, отличных от твоих собственных, если, конечно, эти качества не заслуживают немедленного порицания.

6. Успевай все, будь всем. Если по какой-то причине твоя жизнь ограничена только работой, только карьерой, только семьей или только общением с друзьями, ты неполноценен. В мире Барби никто не имеет права уклоняться от тех занятий, которые считаются полезными и здоровыми. Если ты чего-нибудь не успеваешь, значит, с тобой что-то не в порядке.

7. Твой народ всегда прав. Исключительный патриотизм Барби в современном глобализированном мире выглядит странно. Такое впечатление, что французская Барби не вступила бы в Евросоюз. Масштаб патриотизма этой куклы таков, что любое достижение нации вызывает у нее экстатический восторг.

8. Дружба заменяет любовь. Барби всегда была холодновата с Кеном, но ее отношения с подругами, очевидно, давали и дают ей эмоциональный необходимый feedback. Недостаток мужчин действительно не портит вечеринку, но отсутствие вечеринки является настоящей трагедией, сравнимой только с отсутствием любви у людей другого склада.

9. Ты — это то, что на тебе надето. Занятия — это одежда, образ жизни — это одежда. Внешний облик равняется identity. Не исключено, что Барби — последний в мире человек, готовый с удовольствием переодеться к фэйф-о-клоку каждый божий день. Невозможно представить себе, что Барби отправится на работу в том же костюме, в котором она идет за покупками или поедет навещать родственников, внезапно попавших в больницу, прямо в чем стояла. В плане сложности этикета в одежде Барби может сравниться только с девушкой из хорошей викторианской семьи или с южанкой времен Скарлетт О'Хара.

10. Вещи для жизни, а не жизнь для вещей. При всех обвинениях Барби в излишнем консюмеризме можно заметить, что она никогда не приобретает ничего бесполезного. Барби не покупает стеклянных зверушек и при всей своей любви к красивой жизни не набивает "Дом мечты" предметами, которые нельзя использовать по назначению. У нее две сотни сумок, но каждую она носила хотя бы по разу.

11. Дети тоже люди. Отношения Барби с ее многочисленными сестрами и их друзьями

демонстрируют крайнее уважение к младшим и к их интересам, равно как и готовность беседовать с ними на равных, — качество, которому мог бы поучиться любой реальный тинэйджер.

12. Здоровый образ жизни необходим. Можно долго говорить о том, какой должна быть диета, чтобы иметь фигуру, как у Барби, но де факто «Маттел» не ограничивает свою куклу в пирожных, не утверждает, что она живет на одних лишь листьях салата, и не заставляет ее бегать по 5 км каждое утро, а приверженности Барби разнообразным видам спорта можно только позавидовать.

Конечно, этими постулатами (даже если считать их верными) "жизненные уроки" от Барби не исчерпываются. Влияние Барби на девочек, конечно, никоим образом не следует преуменьшать. Меня настораживает, скорее, та узость, с которой обычно оценивается это влияние. Как ни крути, а существует по крайней мере одна установка, которую Барби пропагандирует уже сорок шесть лет и которая остается совершенно актуальной при любых социальных и политических обстоятельствах: "Если приложить достаточно усилий, жизнь твоя может стать вполне прекрасной". Мне кажется, такой подход в воспитании дорогого стоит, даже если некоторые аспекты этого воспитания вызывают нескончаемые яростные споры только усиливающиеся с выходом каждой новой более или менее значимой модели куклы. И одной из главных тем для таких споров была и остается тема сексуального гендерного воспитания.

Глава 12.

ДУСЯ-АГРЕГАТ: БАРБИ И ГЕНДЕРНОЕ ВОСПИТАНИЕ

Во время последней поездки в Болонью я болела гриппом и при этом была вынуждена очень много работать. Возвращаясь с очередной деловой встречи с температурой эдак за 39, я, волоча ноги к очередной стоянке такси, увидела автомобиль, настолько не вписывающийся в мои представления об автомобилях вообще, что с тоской подумала: "Наконец допрыгалась до бреда". Передо мной был Фольксваген-"жук", покрашенный в ярко-розовый цвет. На боку удивительного автомобиля бледно-розовыми корявыми буквами был выписан логотип Барби, над выхлопной трубой был нарисован бантик. Когда я обошла машину спереди, я обнаружила, что ее фары обведены густой черной каймой и к ним пририсованы длинные густые ресницы. Автомобиль оказался не плодом моего больного воображения, а вполне реальным: через пару дней, придя в себя, я увидела его на том же самом месте. В тот момент Барби еще не слишком интересовала меня, и мне не пришло в голову подойти и поговорить с хозяевами машины. Но так или иначе, это был самый женственный автомобиль, который я когда бы то ни было видела.

Одна из наиболее часто обсуждаемых тем, всплывающих, когда речь заходит о роли Барби в жизни девочки, — это тема сексуального и гендерного воспитания. Основная масса претензий к этой кукле и похвал в ее адрес касается именно данной области. Среди наиболее муссируемых вопросов — вопрос о том, внушает ли кукла девочке искусственно созданные гендерные стереотипы, феминизирует ли она играющих с Барби в независимости от их пола, готовит ли кукла девочек к здоровому материнству, является ли Барби сексуальным объектом, развивает ли Барби здоровую (или нездоровую) сексуальность ребенка и создает ли она у девочек искаженный образ женского тела, который впоследствии мучительно отравляет им жизнь.

Существует мнение, что ни одна область индустрии не навязывает потребителям гендерные стереотипы так жестко, как это делает индустрия игрушек, — не только в силу того, что дети легко поддаются внушению, но и в силу того, что в этой области сегментация рынка, т. е. разделение товаров по принципу соответствия той или иной целевой аудитории, дает исключительно удачные результаты, в сравнение можно привести разве что индустрию производства одежды и косметики. Видимо, это объясняется тем, что абсолютно подавляющее большинство родителей очень заботится о воспитании в детях «правильных» представлений о гендерных ролях, т. е. стремится научить девочек быть «женственными», а мальчиков — «мужественными», что бы эти понятия ни означали. Практика показывает, что некоторые игрушки оказываются вполне ходовым товаром даже в формате «унисекс», например "Tickle me Elmo", но в то же время попытки нарушать гендерные стереотипы, предписывая куклам качества, не свойственные в рамках существующего стереотипа соответствующему полу, обрекают товар на немедленный провал. В качестве примера можно привести, скажем, куклу GI Jane — женскую инкарнацию куклы GI Joe. Первая «женская» кукла этой серии была выпущена в 1967 году, она называлась GI Nurse ("Военная медсестра") и совершенно не пользовалась успехом. В 1997 году компания решила понадеяться на происшедшие за истекшие 30 лет социальные изменения и выпустила девушку-пилота армейского вертолета — GI Jane. Но и эта кукла не заинтересовала покупателей: девочки изначально равнодушны к куклам из серии «GI», ровно потому, что они испокон веков позиционировались как игрушки для мальчиков, а мальчики не видели никакого повода

втягивать бабу в серьезное военное дело. В результате GI Joe остается идеальным стереотипом маскулинности, а Барби — идеальным стереотипом фемининности.

Реклама как товаров, связанных с Барби, так и самих кукол демонстрирует, как мне видится, абсолютную приверженность компании «Маттел» самым косным представлениям о женственности. Розовый цвет, мягкая музыка, игры, в ходе которых все участники пребывают в состоянии полного согласия друг с другом, упор на внешние атрибуты игрушек и разнообразие аксессуаров — словом, "женский мир" в формате кружка шитья для вдов и сирот. В то время как в рекламах GI Joe звуковое сопровождение оказывается агрессивным, визуальный ряд — жестким, и основная ставка делается не на вид, а на характер персонажей: их мужество, армейские навыки и исключительный патриотизм.

Тот факт, что Барби внушает девочкам, какой должна быть настоящая женщина в самом консервативном смысле этого слова, кажется настолько очевидным, что приходится часто наткнуться на следующее широко бытующее мнение: если мальчик играет с Барби, он вырастет фемининным и, скорее всего, будет геем. В последнее время под эту городскую легенду начали подводить серьезную теоретическую базу. Так, в конце прошлого года журнал "The Economist" опубликовал результаты некоего психологического исследования, показывающего, что у каждого пятого гея любимой игрушкой в детстве была кукла Барби, а, по крайней мере, двое из пяти геев играли с ней от случая к случаю. Если мне не изменяет память, то взрослый мужчина-гей, коллекционирующий Барби, фигурировал в комическом сериале "Уилл и Грейс". Мне попадалась на глаза история о том, как знаменитый актер Руперт Эверетт снимался в не законченном по сей день "Тихом Доне" Бондарчука. Сейчас Эверетт, сыгравший Мелехова, давно "вышел из чулана" и не скрывает, что он гей, но в те годы сексуальная ориентация актера оставалась тайной. По словам Бондарчука, он раскрыл тайну следующим образом: придя без предупреждения к Эверетту по какому-то неотложному делу, он обнаружил, что вся квартира завалена куклами Барби, которые собирал и которыми играл любовник знаменитого актера. Бондарчук, по словам свидетелей, был в шоке.

Сами геи относятся к Барби вполне лояльно. Я не нашла никаких свидетельств тому, что Барби является особой иконой или идолом в гей-среде, но, например, известный гей-курорт "Farma de Amuedo" его обитатели и завсегдатаи называют «Barbieland», поясняя, что словом «Барби» называют обеспеченного, стройного и ухоженного мужчину (любопытно, что здесь фактически переносят на другой пол основные элементы имиджа Барби как обеспеченной, стройной и ухоженной женщины). Вообще мальчик, заинтересованный в игре с Барби, — не такая уж редкость. Одна моя знакомая, любезно согласившаяся поделиться со мной историями о Барби, когда узнала, что я пишу книгу, рассказала о своей подруге. Когда в России появилась Барби, подруга купила себе эту куклу. Она мечтала о ней все детство. Ее сыну тогда было 5 лет. Он немедленно отобрал куклу и заставлял маму шить на нее одежды и помогать ему переодевать Барби. Я ничего не знаю о дальнейшей судьбе мальчика, но почему-то сомневаюсь, что он обязательно вырос геем по этой причине. Интересно, что когда речь в беседах родителей идет о желании мальчиков играть с куклами, обычные маньки или пупсы вызывают у родителей гораздо меньше паники, чем Барби. Объясняется это, надо полагать, ровно тем фактом, что Барби, согласно общему мнению, "воспитывает женственность". Гораздо реже встречаешь родителей, полагающих, что Барби является для мальчика не ролевой моделью, какой она, возможно, является для девочки, а обыкновенной сексуальной игрушкой: он видит в ней не будущего себя, а просто женщину... Впрочем, об этом позже.

Другой аспект восприятия Барби создается совокупностью ее ультраженственности и идеи о том, что девушка может всего добиться сама и прожить прекрасную жизнь без мужчины, довольствуясь окружением подружек. Благодаря этим факторам уже сама Барби, а не играющих с ней мальчиков нередко подозревают в нестандартной сексуальной ориентации. Художник Альберт Крудо несколько раз изображал Барби во время сексуальных игр с подругами, эта серия фотографий называлась "Фантазии Кена". Масла в огонь в свое время подлила скандальная и весьма показательная история с фильмом "Барби тоже плачет". Кукольный фильм изображал Барби и ее подружку в качестве участниц лесбийской эротической истории о несчастной любви (по требованию компании «Маттел» фильм был запрещен к показу на мексиканском фестивале короткометражных фильмов в 2001 году). Новый виток темы "Барби — лесбиянка" возник буквально несколько месяцев назад, когда разрешилась в пользу истца нашумевшая "История про девочку в футболке". Речь идет об американской старшекласснице-лесбиянке, явившейся в школу в футболке с надписью "Barbie is lesbian". Демарш был сочтен неуместным, девочку отстранили от учебы, она подала на школу в суд и выиграла дело: суд счел надпись на футболке вполне политкорректной в рамках защиты gay pride. Среди аргументов, используемых обвинением, фигурировало утверждение, что Барби — обычная женщина, точно такая же, как сама истица, а поэтому заявление "Барби — лесбиянка" подчеркивает право любой женщины быть лесбиянкой. Суд счел этот и другие аргументы удовлетворительными.

Значение Барби в современном мире и вера родителей в ее влияние на девочек так велики, что

любой шаг этой куклы немедленно оказывается поводом для бурных споров. Часто тех, кто приходит в ярость от маркетинговых ходов «Маттел», легко понять. Так, последний такой спор на моей памяти возник буквально год назад, когда выяснилось, что «Маттел» начала выпускать компьютеры для детей: розовые, с логотипом «Barbie» — для девочек, голубые, с логотипом HotWheels (бренд, под которым «Маттел», условно говоря, выпускает паровозики и машинки) — для мальчиков. Так вот: на мальчиковых компьютерах были военные игры и программы, обучающие естественным наукам, а на девичьих — тренажер для развития навыков печати и программа, помогающая писать рассказы... Уж почто я далека от воинственного феминизма, но от такого расклада сделалось нехорошо даже мне.

В то время как одни ругают Барби за навязывание девочкам гендерных стереотипов в области, скажем, выбора карьеры, другие, наоборот, беспокоятся о том, что карьеристка Барби совершенно не учит девочек быть хорошими матерями. «Маттел» действительно никогда не делала Барби матерью, как, собственно, и замужней женщиной, но при этом Барби очень много возится с маленькими детьми: не говоря уже о многочисленных Барби-учительницах, Барби-сестра постоянно заботится о своих младших сестренках: от подрастающей Скиппер, которую надо учить вести себя с мальчиками, до малышки Кристи, поступившей в продажу в 1999 году и, по всей видимости, специально созданной для игры в «дочки-матери», хотя официально ничего подобного «Маттел» не заявляла. Кристи — крошечный пупс, которого Барби с наслаждением возит в коляске: "Барби гуляет с крошкой-сестрой". Рут Хендлер считала, что материнство "помешает Барби быть свободной женщиной", поэтому тема материнства была более или менее отыграна в рамках уже описанной мной истории лучшей подруги Барби, Мидж. В пластиковом животе Мидж находится младенец, которого кукла впоследствии может качать на руках (в последней вариации беременной Мидж пол ребенка остается неизвестным покупателю до тех пор, пока он не вскрыет коробку. Хороший рекламный трюк, но забавная инициатива для западного мира, где почти каждая будущая мама знает пол своего ребенка с начала второго триместра). В доме Барби есть все необходимое для маленьких детей, но опять же считается, что все это предназначено сестренкам: от качелей на веранде до колясок, от детских стульчиков до лошадок-качалок. Если вдуматься, message получается странный: любить детей можно сколько угодно, но своих заводить не рекомендуется. Будь Барби живым человеком, она оказалась бы идеальной кандидаткой на роль богатой незамужней крестной. И все-таки один раз Барби была матерью, правда, об этом мало кому известно. Дело в том, что существовала вариация под названием "Going Home" ("Домой"): блондинка-Барби держит на руках черноволосого китайского младенца. Она была выпущена отделением компании «Маттел» в Гонг-Конге и никогда не продавалась в магазинах: ее раздавали останавливавшимся в гостиницах "Белый лебедь" и "Джуан Джоу" — точках, где собираются родители, приехавшие усыновлять китайских детей. Когда этот факт раскопали коллекционеры Барби и сообщили о нем на одном из официальных форумов, история вызвала подлинный фурор. Одна женщина написала, что дорого дала бы за возможность приобрести такую куклу за любые деньги: она хотела бы подарить ее своим друзьям, "которые послезавтра отправляются в Китай именно за этой надобностью!". Большинство участников дискуссии одобрило эту темноволосую инкарнацию Барби; говорилось, что "в роли матери она выглядит исключительно трогательной и нежной". И все-таки почти все сходились во мнении, что видеть Барби в роли матери — крайне странно, даже если она никогда не рожала этого ребенка.

Одной из причин, по которой Барби никогда не рожала ребенка, а также одной из причин, из-за которой разгорелся скандал вокруг беременной Мидж, был вечный вопрос о сексуальной жизни Барби. Дискурс "Барби и секс" присутствует в масс-культуре в огромном объеме. Постоянно муссируется мнение о том, что Барби воспитывает в детях так называемую раннюю сексуальность, — что бы ни означал этот вполне бессмысленный термин, — и вообще наводит детей на нечистые мысли. Моя ныне 25-летняя знакомая рассказывает, что когда Барби впервые появились в России, она получила такую куклу в подарок. На следующий день бабушка выкинула Барби в мусорное ведро, сказав, что неприлично держать в доме "куклу с грудями". Российская пресса в какой-то момент с удовольствием обсуждала сообщение о желании Министерства образования запретить продажу Барби в России, поскольку она "вызывает у детей чрезмерную сексуальность", что бы ни значила эта антинаучная абракадабра.

Глава 13. **СУПЕРШЛЮХА: БАРБИ И СЕКС**

Но для того чтобы говорить о способности Барби воспитывать в детях "чрезмерную сексуальность" или вообще хоть как-то влиять на детскую сексуальность, хорошо бы сперва разобраться, что происходит с сексуальной жизнью самой Барби и с восприятием этой жизни нами, т.

е. теми, кто видит в пластиковой красавице не то секс-символ, не то секс-монстра.

С одной стороны, Барби присущи сексапильность и женственность, она явно делает все, чтобы выглядеть как можно привлекательнее; с другой — компания «Маттел» с завидным упорством отстаивает невинность куклы и делает целенаправленные попытки пресечь распространение любого другого мнения. Постоянно транслируемый Барби двойной сигнал делает ее образ особо провокативным. Она оказывается очень сексуальной и сексапильной, развратной по своему поведению и сознающей собственную привлекательность девочкой-подростком, но при этом абсолютно невинной и неискушенной, не имеющей в реальности никакого сексуального опыта, т. е. транслирует образ, появляющийся, если верить статистике, в фантазиях чуть ли не 80 % мужчин. Пресловутый двойной сигнал обуславливается, помимо прочего, манерой Барби одеваться. Коллекционные куклы, обычно выставляемые там же, где и куклы игровой линии, т. е. постоянно попадающие в поле зрения детей, иногда могут выглядеть весьма провокативно. Например, платье выпущенное в 2000 году "Барби-Вечерняя-иллюзия" имеет абсолютно прозрачный лиф сеточкой, да и куклы игровой линии часто одеты в крошечные маечки, обтягивающие шорты или платья с глубоким декольте. Недавно случился скандал совершенно особого рода: в серии Silkstone, предназначенной для коллекционеров, были выпущены несколько Барби в очень сексуальном нижнем белье. До сих пор белье для Барби всегда продавалось отдельными комплектами, но эти куклы выставлялись прямо на магазинных полках в черных кружевных чулках с подвязками, в белых кружевных комбинациях и в прозрачных роскошных пеньюарах. Их появление оказалось прекрасным новостным поводом: почти все СМИ написали о падении последнего бастиона невинности. «Маттел» отнекивалась, объясняя, что она уступила просьбам коллекционеров создать куклу в нижнем белье, на которую можно будет примерять другие наряды. Кроме того, компания настаивала, что эта кукла никогда не попадет в руки детям и предназначена для взрослых коллекционеров (на деле ничего подобного, конечно, нельзя было ни гарантировать, ни отследить). В какой-то мере происшедшее действительно видится мне как падение последнего бастиона невинности: в последние годы компании «Маттел» стало абсолютно ясно, что попытки защищать честь последней девственницы Америки в суде, борясь с художниками и поэтами, выставляющими Барби в качестве сексуального объекта, обречены на провал. Зазор между декларируемым и реальным имиджами куклы, и без того весьма солидный, грозил стать катастрофическим. Я совершенно не исключаю возможности, что, создавая Lingerie Barbie, «Маттел», среди прочего, пыталась угнаться за собственным паровозом, т. е. несколько сократить этот зазор, действительно создав вполне сексуальную Барби, но как бы предназначая ее взрослой аудитории. В то же время не исключено, что эти «бельевые» Барби действительно не попадут к детям: у них подчеркнута старомодные, утрированные черты лица, считающиеся, по результатам опросов, крайне непривлекательными для современных девочек, привыкших к куклам с вполне реалистичной внешностью. Таким образом, провокативные Барби вполне способны и в самом деле оттолкнуть маленьких покупательниц.

Барби, с ее пышной фигурой и невинным личиком, оказывается прекрасным объектом для сексуальных проекций. Взрослые постоянно подозревают ее если не в наличии сексуальной жизни, то, по крайней мере, в наличии сексуальных желаний. Имя Барби часто является псевдонимом на порносайтах и в секс-чатах. Существуют две довольно известные эротические модели, называющие себя Barbie Twins (во избежание проблем с копирайтом эти разумные дамы пишут слово «Barbi» без конечного "e"). Именно такое восприятие демонстрирует нам, например, стишок неизвестного автора:

Даже дети уже знают,
Барби разные бывают:
Топ-модели, и врачихи,
И невесты, и пловчихи.
Говорят, а может шутки, —
Барби есть и проститутки.

Другой стишок под названием "Барби-супершлюха!" не заслуживает цитирования, но в целом сводится к декларации постулата, заявленного в названии.

Желая понять, насколько далеко заходят такие представления о Барби у взрослых и как сильно они распространены, я поставила небольшой эксперимент. Зарегистрировавшись на официальном сайте коллекционеров Барби в качестве новичка, я задала на форуме вопрос: "Как вы думаете, занимается ли Барби сексом?" У меня совершенно не было желания бросить бомбу в толпу: я подробно объяснила, что пишу книгу, что вопрос мой носит исследовательский характер и что я очень, очень прошу всех не воспринимать его негативно. Полтора года внимательного чтения сообщений на этом форуме убедили меня, что коллекционеры Барби, о которых я еще много буду говорить, бывают очень разными людьми: разного уровня, разного статуса, разного класса, но все они более или менее адекватны и вполне способны приходиться к компромиссу в дискуссиях на самые разные темы. Даже

понимая некоторую провокативность собственного вопроса, я была потрясена силой негативной реакции на него. Мне фактически намекали, что хорошо бы я убралась с форума навсегда. За несколько часов мой пост собрал более 50 комментариев — невероятный рейтинг для этого форума. Вмешались даже модераторы форума — официальные представители компании «Маттел», сообщившие, что они "не видят в вопросе ничего оскорбительного", но все-таки просят всех участников дискуссии реагировать сдержанно и не переходить на личности. Просьба эта не слишком помогла: некоторые комментарии были сделаны в таком тоне, что модераторы прикрыли тему от греха подальше. Из 50 полученных мной комментариев только 4 напрямую говорили о том, воспринимают ли они транслируемый Барби сигнал как эротический, — я была, например, очень благодарна даме, рассказавшей, что у разных кукол, присутствующих в ее коллекции, разные отношения с темой секса и по-разному устроенная сексуальность. "Например, — написала она, — мои Барби из серии Silkstone — женщины-вамп. Они доводят мужчину до состояния, когда он валяется у их ног, а потом ничего ему не дав, разворачиваются и уходят". Некоторое количество ответов сводилось к тому, что в бытность свою детьми обладательницы Барби "разыгрывали с ней сексуальные сцены" (что никаким образом не подразумевалось в моем вопросе!), но сейчас — в качестве взрослых людей — "они даже не думают о таких глупостях". Довольно большое число участников дискуссии было оскорблено предположением, что Барби недостаточно невинна. На протяжении нескольких часов этой напряженной беседы я изо всех сил старалась сбить волну народного гнева, подробно и с максимальными экивоками рассказывая, зачем мне понадобилось задавать такой сложный вопрос. Я давала указания на другие исследовательские материалы, приводила примеры высказываний о Барби как о секс-символе, цитировала статьи и получала в ответ заявления, что люди, способные видеть в кукле секс-символ, "должны бы были обратиться к психиатру". Вместо психиатра я обратилась на другой форум — форум, где обсуждалась история с художником Томом Форсайтом, изображавшим Барби в разнообразных сексуальных позах и недавно выигравшим иск у «Маттел», пытавшейся защитить честь куклы. В этой среде, совсем не обожествляющей компанию «Маттел», в отличие от членов официального Клуба коллекционеров, я задала тот же вопрос и получила совершенно другие ответы. Барби называли шлюхой и потаскушкой, объясняя, что она-то, может, и хотела бы быть невинной, но, как выразился один из участников дискуссии, "тот, кто покупает ей одежду, должен запретить ей выходить на улицу поздно вечером, а то проститутки забьют ее в рамках борьбы с конкуренцией". В этом разговоре поднялась еще одна тема, постоянно возникающая, когда речь идет о сексуальности Барби: тема сострадания бедной девочке, которая хотела бы потрахаться, но не с кем и нечем. Мне дали ссылку на карикатуру, изображавшую Барби и Кена, скинувших с себя одежды и в недоумении рассматривающих собственные тела, — намеренно или бессознательно художник создал образ, коннотирующий с образом Адама и Евы, "узревших, что наги". Правда, в отличие от Адама и Евы, Барби и Кен приходят в ужас по совершенно другой причине: у Барби, естественно, обнаруживается гладкое место вместо гениталий, а у Кена — его знаменитые вделанные в тело пластиковые трусы. Надпись под картинкой гласит: "Барби и Кен обнаружили, что секс — это действительно проблема".

То же сострадание, выраженное куда как более непосредственно, демонстрируется автором по имени Ив на сайте Стихи. Ру:

Барби носят колготки,
Юбочки и трусы,
Барби просто красотки,
Одна лишь беда — без пизды.
С ними гуляют Кены —
В смокингах джентельмены,
Их торсы, как у спортсменов,
Одна вот беда — нет членов.
Я в Барби дыр насверлю,
Кену приделаю хуй.
Им счастье любви подарю,
Давай, не стесняйся, суй!

Отдельной причиной для народного сострадания в адрес Барби являются уже упоминавшиеся мной подозрения, что Кен на самом деле — гей и интересуется только своим другом Стивом, а бедную Барби не отпускают в общество других мальчиков. Впрочем, не исключено, что теперь, с появлением в ее жизни Блейна, дело пойдет лучше.

Особенно наглядно тему "Барби как сексуальный объект" развивают разнообразные произведения современного искусства. Приведу один пример: не так давно «Маттел» проиграла еще одно дело против художников. Скульптор Сьюзи Пит, хозяйка ныне не функционирующего сайта dungeondolls.com, создала ряд кукол в садомазохистском стиле. Тело кукол было вылеплено ей самой,

видимо, для того, чтобы придать груди и гениталиям куклы более реалистичный вид. А вот что до головы, то Пит использовала голову от оригинальной маттеловской Барби модели Superstar. Несмотря на то что куклы Пит были предназначены на продажу и, таким образом, являлись коммерческим продуктом, суд счел их пародийными произведениями искусства.

Дети, однако, обычно не задаются вопросом о том, занимается ли Барби сексом, все ли у нее в порядке с гениталиями и не надо ли ей помочь с этим делом. Дети обладают волшебной способностью приписывать кукле те качества, которые считают нужными — вне зависимости от реалий. Помимо рассказов о детских играх "в секс" с Барби и Кеном, существуют истории другого рода: в них демонстрируется детское восприятие Барби как женщины вообще, т. е. как объекта, обладающего характеристикой «пол». Одна из моих корреспонденток прислала мне прекрасную историю о двух мальчиках. История начинается с того, что автор письма перехватывает у одного из играющих мальчиков взгляд, по ее словам, "преисполненный нехилым блеском и такой же долей охотничьего азарта — такой, бывает, видишь в баре, где ты единственная женщина, а все остальные — мужики". "Мальчик с нехилым блеском" в глазах спрашивает у своего товарища по играм: "Ты когда-нибудь голую бабу видел?" — "Что — совсем-совсем, просто абсолютно, даже без трусов?" — «Да». Собеседник, обреченно и отчаянно: "Нет!" Провокатор: "А хочешь посмотреть? У нее даже ноги раздвинуты и все видно". Собеседник: "Да!" Далее мальчики отправляются к кукольной кровати, на которой лежит покинутая девочками Барби. На ней действительно нет трусов, и у нее действительно раздвинуты ноги. Некоторое время мальчики с восторгом рассматривают куклу. На вопрос рассказчицы: "Что это вы тут делаете?" — она получает в ответ: "Вы тоже так можете?" Другая ситуация была описана на сайте Анекдот. Ру в разделе читательских историй: маленькая девочка собирает на пляже сигаретные окурки и вытаскивает из них фитиль. На вопрос мамы, зачем она берет в руки эту гадость, девочка отвечает: "Мама, ты не понимаешь: это тампаксы для Барби!" Девочке шесть лет, и тампаксы и потребность в них ассоциируются у нее именно со взрослыми женщинами. То же восприятие Барби как взрослой и сексуально зрелой женщины демонстрирует уже цитированный мной фанфик Майи Сесиашвили под названием: "Ее последняя Барби". Именно там описывается сцена, в которой девочка Нина торопится раздеть вымечтанную и наконец полученную куклу Барби: "Нина ахнула: у ее обожаемой "Барби-Роскошная-гибкость" с безупречным маникюром не было письки — ни в каком, даже нарисованном, виде. Для Нины это было неожиданностью. При таких больших, красивых сиськах не иметь даже самую маленькую писечку — это не укладывалось в головку маленькой девочки". Дальше Нина проверяет, так ли обстоят дела у других Барби, и успокаивается, узнав, что ее кукла пусть и несчастный инвалид, но не выродок в своем роде. Физические изъяны Барби начинают вызывать у Нины уже не изумление, а, скорее, сожаление. Цитата: "Все больше детское восхищение куклой уступало место искреннему сочувствию" — тому самому сочувствию, о котором уже шла речь применительно к взрослым.

И все-таки в плане гендерного воспитания только одна тема способна вызвать больше споров, чем предполагаемая сексуальность Барби и ее способность внушать маленьким мальчикам и девочкам нечистые мысли. Это тема того, как Барби влияет на восприятие девочками женского тела и женской красоты. Главное обвинение звучит так: фигура Барби чудовищно нереалистична. Если бы Барби была настоящей женщиной, ее мерки, если мне не изменяет память, были бы 102—64—98. При таких пропорциях Барби не могла бы стоять прямо и была бы вынуждена ходить на четвереньках, что тоже оказалось бы нереальным из-за преувеличенной длины ног. Чрезмерно вытянутая шея не позволяла бы Барби держать голову прямо и создавала бы постоянные проблемы с позвоночником. Словом, считают обвинители Барби, нереалистичность ее пропорций формирует у маленьких девочек превратное представление о том, какой должна быть их собственная фигура, когда они вырастут; Барби вселяет в девочек подспудно недовольство своим телом на всю жизнь. Другая составляющая той же претензии: если бы даже Барби имела фигуру 90—60—90, с которой, понятное дело, вполне можно ходить на двух ногах, — она все равно была бы исчадьем ада, возможно, даже худшим, чем сейчас: ведь женщины с такой фигурой действительно существуют, но важно ли это? Барби внушает девочкам мысль о внешней привлекательности как главной составляющей успеха; по словам обвинителей, она декларирует, что любовь, богатство, дружба, популярность и все прочие радости жизни положены только очень красивым, хорошо одетым девочкам с идеальной фигурой.

Здесь мы тоже, как мне кажется, имеем дело не с реальной проблемой, стоящей перед ребенком, а со взрослой проекцией, основанной на взрослом опыте. Хорошая внешность, как ни крути, действительно является большим социальным преимуществом, неплохим подспорьем на пути к личному и профессиональному успеху. Можно сколько угодно бороться с обществом, в котором существует такое положение вещей, но обвинять в нем одну лишь Барби было бы по меньшей мере несправедливо. Одна мама на форуме, посвященном отношениям детей с куклой Барби, пишет: "Да, Золушка тоже красавица, но сказка о Золушке учит, что человек может быть одет в лохмотья, но если

он добрый, то достигнет успеха. Меня гораздо больше волнует кукла Барби и то, что она учит девочек быть очень стройными и пользоваться косметикой". Чрезмерность таких обвинений вполне демонстрируется тем фактом, что среди черт, не устраивающих воинственных родителей, — слишком маленькие ножки Барби с оттянутыми носками, чтобы на куклу можно было надевать туфли на высоких каблуках. Видимо, возмущение этим свойством куклы изначально вызвано опасением, что девочка будет травмирована, если ее собственная нога окажется большой, но иногда мне начинает казаться, что люди, высказывающие свое недовольство острыми ножками Барби, всерьез опасаются, что девочку может травмировать собственная неспособность всегда ходить на цыпочках. Вера во влияние Барби на будущую внешность девочек или на требования, предъявляемые к этой внешности ими самими, настолько велика, что по этому поводу существует немало анекдотов. Один из самых обаятельных, на мой взгляд, — анекдот о Бабе-яге, удрученно стоящей перед зеркалом. В зеркале отражается высокая грудь, тонкая талия, длинные ноги, белая кожа, золотистые волосы и алые губы. "Эх, — говорит Баба-яга с тоской, — предупреждали меня: не ешь столько Барби!"

Впрочем, иногда кажется, что «Маттел» чуть ли не нарываясь на обвинения такого рода. Например, в 60-х существовала Барби под названием "Прекрасная фигура". Энциклопедия Барби комментирует изображение этой куклы так: "Барби сжигает лишние килограммы под кассеты Джейн Фонда". Не сомневаюсь, что если бы кому-нибудь пришло в голову придаться к этой фразе, он мог бы выйти из себя: а не внушает ли она девочкам, что даже при нынешних пропорциях у Барби есть "лишние килограммы", а значит, ее обладательницам надо быть еще худей, чем их кукла! Другая страница энциклопедии — та, где речь идет о купальниках, — заявляет: "У Барби прекрасная фигура, на ней отлично сидят как закрытые купальники, так и бикини". Еще более скандальной была существовавшая в свое время кукла под названием "Скиппер растет": маленькой Скиппер надо было выкрутить руку, и тогда ее грудь становилась больше, талия тоньше, а сама кукла немного подрастала в высоту. "Скиппер растет" оказалась рыночным провалом — родители просто отказывались дарить ее дочкам. В последние годы «Маттел» осторожнее относится к высказываниям подобного рода, сегодня уже не 70-е и даже не 80-е годы. При знаменитом мэйковере 2000 года Барби, как уже упоминалось, даже приобрела более широкую талию, не такую выдающуюся грудь, менее рельефные лодыжки и более плоские ступни (этим объясняется тот факт, что обувь для Барби в последние четыре года выпускается почти исключительно на платформе, иначе к ней невозможно приделать высокий каблук). Кстати, считается, что Барби вызывает неправильное представление о женской красоте не только у самих женщин, но и у мужчин. Предположение звучит разумно: в противном случае система оказывалась бы замкнутой на себя. Мне рассказали анекдот о том, что в продажу поступили кривоногие куклы Барби, — так мальчиков готовят к реальной жизни.

Как на самом деле маленькие девочки воспринимают внешность Барби? Считают ли они, что необходимо иметь фигуру с пропорциями 102—64—98? Лично мне не удалось найти никаких доказательств этого факта. Наоборот, при любой моей попытке выяснить, как девочки воспринимают внешность Барби, мне рассказывали истории следующего рода: молодая мать спрашивает свою 5-летнюю дочь, хочет ли она, когда вырастет, выглядеть, как Барби, в ответ на что девочка, по словам матери, смотрит на нее, "как на полного придурка", и с расстановкой говорит: "Мама, Барби — это кукла..." Другая девочка, девяти лет, заявляет, что самая первая Барби была самой уродливой куклой, которую она когда-либо видела (в музее. — Л.), а современная Барби "лучше, но все равно не похожа на настоящих людей". Мальчик, опрошенный мной в магазине игрушек на тему того, красива или некрасива Барби и похожа ли она на настоящих женщин, объяснял мне, что Барби устроена как в мультиках: "Мы же не ждем, — говорил мне он, — что у людей будут волосы «лесенкой», большая голова и рот на все лицо!" Очень сильное впечатление произвел на меня тот факт, что единственными обнаруженными мною людьми, заявляющими: "Барби стала причиной моих проблем с собственным телом", оказались взрослые, откровенно и явно ищущие виноватого в своей излишней полноте, или в непрестанной борьбе с излишней полнотой, или в недовольстве тем, как они выглядят, или в чем-нибудь подобном. Обвинять же в этом куклу Барби сегодня так же модно, как модно было в первой половине XX века обвинять во всех своих проблемах подсмотренный половой акт родителей. Например, Шеридан Шеффер, бывшая "Миссис USA", публикует статью под названием "Борьба с оковами" ("Fighting the Barbie Bondage"). В этой статье она признается, что, "как и миллионы", по ее словам, "женщин и девочек в Америке, она всю жизнь боролась с оковами, надетыми на нее куклой Барби". На протяжении всей статьи Шеффер обвиняет именно Барби в непрерывном голодании (позволившем ей, кстати, создать ту самую фигуру, благодаря которой она выиграла ряд престижных конкурсов красоты), в страданиях по поводу своей неудовлетворенности собственным внешним видом и в страхе, что недостаточная красота помешает ее личному успеху. При этом Шеффер полностью игнорирует упомянутый ей в той же статье факт отношения к теме внешности ее собственных родителей. Она рассказывает, что "мать была настоящей калифорнийской красавицей, а отец был

очень хорош собой и исключительно популярен в кругу своих друзей", и они явно выражали свое разочарование недостаточной популярностью своей дочери. Вербализовав этот факт, Шеффер тут же возлагает ответственность за свои проблемы на... Барби.

Другое свидетельство — описание домашней работы студентки Стэнфорда, изучающей культурологию. Она рассказывает, что ее преподаватели организовали акцию под названием "Барби, какой мы хотели бы ее видеть", предложив всем студентам приобрести кукол Барби и изменить их так, как они считают нужным, дабы приблизить образ Барби к образу реальной женщины. Девушка пишет, что в школе, особенно в старших классах, "ей было трудно смириться с собственными полными ногами, плоской грудью, слишком большой попой и животиком, за который ее поддразнивали". В тот момент, по признанию самой девушки, Барби ее совсем не интересовала. Но дальше, в типичной современной манере psychobabble, студентка сообщает, что "заданные Барби представления о красоте прочно засели в ее сознании, в ее мозгу". Дальше она берется утверждать, что с 8 класса она начала "бессознательно пытаться соответствовать имиджу Барби": отращивать длинные волосы и носить лифчик с поролоновыми вкладышами. Дальше идет подробный рассказ о том, что теперь она — "взрослый человек, решивший свои проблемы, несмотря на некоторую сохранившуюся неуверенность в себе по поводу собственного тела". В качестве домашнего задания она проделала со специально приобретенной Барби следующие манипуляции: используя глину для моделирования, увеличила Барби попу, ножницами отрезала у нее по кусочку от слишком длинных ног, отстригла роскошные волосы, но при этом надела на нее — угадайте с трех раз — да, лифчик с поролоновыми вкладышами. Девушка утверждает, что эта реконструированная Барби помогла ей "справиться со своей неуверенностью, а не продолжать прятать ее глубоко внутри"...

Таких свидетельств «вины» Барби существует предостаточно, и их убедительность оставляет желать лучшего. Валишь вину на Барби модно. Я еще не видела ни одного высказывания вроде: "Народные сказки о прекрасных принцессах бессознательно въелись в мой мозг и навсегда разрушили мою уверенность в собственной внешности". В одной из песенок группы "Мэйр Вэйкфилд" поется: "На самом деле никто не выглядит как Барби. Пытаясь стать такой, ты себя доконаешь, поэтому лучше перестань пытаться. Около миллиона девочек умирает, так что, детка, садись к столу и ешь" (фраза "садись к столу и ешь" повторяется рефреном на протяжении всей песни). Обсуждение темы "хорошо бы «Маттел» когда-нибудь выпустила полную Барби, похожую на настоящую женщину", стала абсолютно общим местом, однако практика показывает, что, как это часто бывает, все готовы ратовать за благодетель, но не готовы ее поддерживать. Попытки выпускать полных fashion dolls, способных конкурировать с Барби, провалились, как провалились попытки продавать GI Jane. Сочетать гламур, делающий куклу привлекательной как для маленьких девочек, так и для коллекционеров, с не слишком идеальными пропорциями фигуры на сегодняшний день невозможно: это противоречит понятиям о женской красоте, диктуемым не Барби, но медиа. Невозможно требовать от кукол, чтобы они были одновременно ролевыми моделями и толстушками, пока каждый биллборд, наблюдаемый нами на улице, демонстрирует связь счастья и любви с параметрами 90–60—90. Даже когда Барби только появилась на свет, существовала кукла Тэмми — тоже fashion doll, но с куда как более скромной фигурой. Она воспринималась потенциальными маленькими обладательницами не в качестве объекта для подражания — сверхпопулярной, бойкой девицы, знающей, как добиться любви и внимания к себе, а в качестве girl- next- door, и поэтому вызывала скуку. Менять на ней роскошные наряды было все равно, что наряжать в них пупса.

Целенаправленная попытка создать полную куклу уже в наши дни не только не принесла особенного рыночного успеха, но и сама породила вполне спорный образ. Роберт Тоннер, хозяин компании Tonner Dolls, в начале 90-х выпустил на рынок 16-дюймовую куклу по имени «Эмми». Эмми была обаятельной девушкой с фигурой примерно 48 размера. Пресса полюбила ее: о новой кукле писали с восхищением, а "People Magazine" трижды вносил Эмми в ежегодный список 50 самых красивых людей Америки. Журнал «Glamour» назвал ее "женщиной года", "Lady's Home Journal" избрал Эмми в качестве "самой потрясающей женщины года" в 1997 году и в качестве "одной из самых значительных женщин Америки" в 1999-м. В 1998 году компания Revlon сделала Эмми одной из своих «селебрити-спикеров». Но вся эта красота никаким образом не повлияла на рынок. Успех Эмми несравним с успехом Барби — и не только среди маленьких девочек, но и среди коллекционеров. Причины? Одной из наиболее разумных мне показалась версия об исходящем от Эмми противоречивом сигнале (где-то мы уже сталкивались с такой ситуацией, правда?). С одной стороны, она призвана изображать женщину, гордящуюся красотой своего полного тела. Но в то же время создатели Эмми одевают ее по тем канонам, по которым полные женщины одеваются в нашем обществе, рассчитанном на успех худых: она носит так называемые "маскировочные костюмы", — большей частью темных тонов, с широким силуэтом, прячущим бедра и скрывающим живот. Как было правильно замечено автором высказывания, "что может заставить детей увидеть ролевою модель, т. е.

человека, которым они хотят стать в будущем, в женщине, больше всего напоминающей стыдящуюся своих форм немолодую мамашу?".

Однажды и сама компания «Маттел» выпустила полную Барби, вернее, не совсем Барби, а одну из как-бы-Барби, имеющих черты лица известных женщин. На этот раз стратегически выбранной фигурой оказалась комическая актриса Розы О'Доннел. О'Доннел действительно очень полная женщина, и сделанная якобы по ее образу и подобию кукла худее своего прототипа чуть ли не в два раза. Несколькими годами позже тело "Барби О'Доннел" было использовано для создания бабушки Мидж. О том, что это одно и то же тело, я узнала от коллекционеров — сама компания нигде этот факт не афишировала. Для этих кукол не выпускают сменную одежду, а обычные одежки Барби на них, естественно, не налезают... В ответ на вопрос журналистов о том, почему в мире худых красавиц, олицетворяемых Барби и ее подружками, единственной полной женщиной оказывается старуха, спикер «Маттел» начала защищаться: "Мы совсем не хотели сказать, что «полный» означает «старый», — мы просто хотели создать явную разницу между этой куклой и Барби. Девочки любят, чтобы разница была явной". Ничего не скажешь — для проявления этой разницы был выбран интересный параметр. Не так давно на форуме коллекционеров кто-то предложил обсудить вопрос о том, стоит ли компании «Маттел» выпустить, наконец, полную Барби. Обсуждение свелось к скучным политкорректным рассуждениям: полная Барби, возможно, "подавала бы правильный сигнал" и т. п. Но при этом ни один из участников беседы не заявил о собственном желании приобрести полную куклу. Объясняли это следующим образом: "Мы все понимаем, что Барби — это плод фантазии ее создателей и воплощение наших собственных фантазий; в этом качестве она должна быть очень красивой и совершенно не обязана быть реалистичной". Как сказала одна участница дискуссии, "чтобы получить толстую Барби, мне достаточно натянуть на себя розовый сарафанчик". Кроме того, было замечено, что, появившись на прилавках полная Барби, это, не дай Бог, дало бы девочкам легитимацию перестать следить за собственным весом, "что не так некрасиво, как, безусловно, вредно для здоровья". Эта реплика еще раз показывает, что Барби будет вызывать нападки и порицания, каким бы изменениям ее не подвергли производители: такова плата за славу.

Проблема, возможно, частично решилась бы, если бы существовали Барби с разными фигурами, не просто «полные» и «худые» — как существуют Барби с разным цветом кожи, а не просто «белые» и «черные». Эта идея абсолютно не поддается воплощению: рыночно решить такую задачу почти невозможно. Кроме того, никто не хочет видеть реальную женщину в качестве объекта для воплощения собственных фантазий: и дети, и взрослые коллекционеры предпочитают обладать прекрасной принцессой.

Реальных любителей подражать Барби, т. е. тех, кто демонстрирует серьезную патологию, сознательно пытаясь вписаться в конкретные параметры, заданные куклой, не так уж много. Самым знаменитым случаем, пожалуй, является случай Синди Джексон. Эта дама, периодически выступающая на сцене и изредка фигурирующая в роли модели, зарабатывает на жизнь в качестве консультанта по пластической хирургии и автора популяризаторских книг о пластической хирургии и прочих способах изменения внешности. Джексон имеет полное право рассуждать на указанную тему: она сама пережила несколько десятков пластических операций в рамках того, что она сама называет "экспериментом по превращению в Барби". Среди операций — удаление нескольких ребер, изменение формы нижней челюсти, многочисленные липосакции, изменение формы глаз и ушей, силикон в губах, размещенные, извлеченные и снова размещенные в груди импланты и много других прекрасных, занимательных процедур. В своей биографии Джексон буквально заявляет, что в возрасте шести лет она получила Барби в подарок от родителей и эта кукла "позволила ей мечтать об иной реальности". Правда, другие версии биографии, куда как менее гламурные, утверждают, что Джексон впервые легла под нож, потому что ее любовник предпочитал сексу с ней игры с куклой Барби. На обложке своей книги Джексон появляется одетой в то самое вечернее платье, какое было на Барби, подаренной ей в возрасте 6 лет. Джексон играет роль жупела, по которому бьют все любители обвинять Барби в доведении молодых умов до помешательства на почве собственной внешности. Другой известный персонаж такого рода — удивительное существо по имени Анжелина. Анжелина — знаменитость особого типа. Дело в том, что она никто. Эта женщина с большой искусственной грудью, одетая во все розовое и постоянно носящая одежду и украшения в стиле «Барби-китч», называет себя "живой Барби". Несколько лет назад любовник Анжелины оплатил достаточно большое количество биллбордов, на которых кроме, собственно, слова «Анжелина» располагался портер светловолосой красавицы в вычурных солнцезащитных очках, позирующей на фоне ярко-розового «корвета». С этого момента Анжелина стала знаменитостью и сегодня зарабатывает себе на жизнь, продавая футболки и мелкую дребедень с собственным изображением. Последней эскападой Анжелины была попытка баллотироваться в мэры Голливуда в позапрошлом году. В одном интервью по этому поводу Анжелина заявила, "что воплощает собой мечту всех американских девочек". "На самом деле Барби

хочет быть настоящим человеком, — доверительно сообщила миру Анжелина, — когда она вырастет, она будет мной".

Еще одним примером "живой Барби" можно считать Памелу Ли. Не так давно актриса, которую уже много лет сравнивали с этой куклой, заявила, что ей нравится быть Барби и что одежда в стиле Барби составляет половину ее гардероба. По словам Памелы Ли, менять свой облик она не собирается, несмотря на возраст. Существует и живой Кен — человек по имени Майлз Кенделл. 33-летний спившийся красавец вдохновился телешоу, в котором показывали Синди Джексон. Он списался с Джексон, и Джексон, считая своим долгом вдохновлять всех, кого можно, на преобразования собственного облика, страстно поддержала желание Кенделла стать новым человеком. Кенделл прошел несколько десятков пластических операций и в данный момент, по слухам, пишет книгу о собственном опыте. Синди Джексон была и остается его гуру и идиолом.

Все эти случаи, кстати, демонстрируют забавную тенденцию: «живые» Барби и Кены, взрослые люди за 25, а то и за 30, фактически незаконно используют бренд Барби для достижения собственного коммерческого успеха. Скорее всего, с юридической точки зрения тут не к чему прицепиться. Что Синди Джексон, что Анжелина, что Кенделл, что Памела Ли — все используют «узнаваемость» образов Барби и Кена в своих интересах. Заявка "Я хочу быть как Барби" или "Я хочу быть как Кен" звучит куда скандальнее и промотирует желающего куда лучше, чем заявление "Я делаю 23-ю пластическую операцию вместо того, чтобы обратиться к психотерапевту". Именно заявление на тему "Барби — мой идеал" приводит этих людей в студии популярных телешоу и делает их ньюзмейкерами — в отличие от тысяч других несчастных, страдающих такой же чудовищной дисморфофобией, но не додумавшихся прилепить к своей проблеме хорошо узнаваемый бренд.

Перечисленных имен вполне достаточно, чтобы все желающие обвинить Барби в трагедиях, связанных с восприятием собственного тела, принялись тыкать пальцами и размахивать черными флагами. Но даже и в этой ситуации «Маттел» продолжает делать то, что считает нужным. Следующий скандал случился осенью 2004 года, когда на прилавках магазинов появилась новая коллекционная серия Барби "Model of the moment" (в свободном переводе — "Модели сегодня"). Эти Барби, тоже рассчитанные на взрослых коллекционеров, стали еще хуже, чем стандартная кукла от «Маттел». Компания предупреждает, что одежда для этих Барби не налезает на остальных кукол. Врачи, педагоги, культурологи и феминистки проклинают «Маттел» и желают дизайнерам компании гореть в аду. И все-таки допустить мысль, что «Маттел» тривиальным образом пытается создать информационный повод, довольно сложно. "Model of the Moment" — новая коллекция, и она позволяет создать новые наборы одежды, которые требуется покупать отдельно. К созданию этой одежды, как и самих кукол привлечены лучшие дизайнеры; и куклы, и их одежда, продаваемая в отдельных наборах, весьма дороги. Таким образом, речь опять идет не о навязывании гендерных стереотипов и не о попытках изменить взгляд девочек на жизнь, успех, собственное тело и идеалы человеческой красоты, а о рынке — как и положено в любом коммерческом проекте.

Любые попытки обвинить производителя игрушек в навязывании детям гендерных стереотипов так же наивны, как и попытка уверенно заявлять, что яйцо появилось на свет раньше курицы. На самом деле мы имеем дело со своего рода *perpetuum mobile*: производитель создает игрушки в соответствии с существующим стереотипом ради того, чтобы продукция продавалась как можно лучше; сама продукция, в свою очередь, оказывает влияние на тех, кто ей пользуется, таким образом поддерживая стереотипы, которым сама и отвечает. В рамках этой концепции требовать гендерной революции от производителя по меньшей мере наивно: с какой стати компания «Маттел» вместо увеличения своей прибыли должна заниматься спасением человечества? У нее и так уходит довольно много сил на поддержание "хорошей мины" при не слишком хорошей игре путем создания «карьерных» Барби, разработки позитивного имиджа куклы, производства этнических кукол и т. д. Попытки обвинить производителя игрушек в детских проблемах так же наивны и бессмысленны, как и попытки бывшей "Миссис USA" обвинить Барби в том, за что стоило бы наказать ее родителей.

Глава 14.

УБИТЬ ПЕРЕСМЕШНИЦУ: НАРОД ПРОТИВ КУКЛЫ БАРБИ

Но на пластиковую красавицу от «Маттел», естественно, катят бочку не только жертвы недовольства собственной внешностью. Как и любая знаменитость мирового масштаба, Барби расплачивается за свою популярность неприязнью со стороны целого ряда культурных групп. За 46 лет ее существования нелюбовь к Барби, негативные высказывания в адрес самой куклы и ее производителей стали таким же общим местом, как и дифирамбы ее вечной молодости и увядающей красоте. В интернет-рубрикаторе Yahoo, одном из крупнейших англоязычных рубрикаторов мира, в

категории « Barbie» существует отдельная подкатегория — « Anti- Barbie». В ней фигурируют полтора десятка наиболее известных сайтов, систематично клеймящих и поносящих пластиковую принцессу Америки. Помимо рубрикатора, мне удалось обнаружить еще как минимум два десятка более мелких «антибарбианских» сайтов. Все они имеют разный масштаб и разный уровень качества. Одни ограничиваются перечеркнутыми картинками, изображающими Барби, и несколькими лозунгами, написанными крупными черными буквами на розовом фоне, в то время как другие демонстрируют посетителю довольно большой выбор авторских материалов, статей, исторических документов и ссылок, касающихся Барби и ее смертных грехов. Обычно помимо общих слов разной степени грубости эти сайты содержат остроумные или беззубые издевки над имиджем Барби, самые разнообразные предложения переделать Барби так или эдак, чтобы приблизить ее образ к образу реальной женщины, советы, как поступить с Барби, находящейся у вас в наличии (от предложений разрезать ее на кусочки и отдать собакам до предложений повесить ее на люстре или устроить ей пышные похороны в саду), плюс традиционное разоблачение неприличного прошлого куклы, а именно — ее кровной связи с немецкой порнографической куклой Лилли. Гораздо реже такие сайты демонстрируют хоть сколько-нибудь аргументированное мнение, обычно все ограничивается нехитрыми прокламациями. Еще реже в таких местах даются более или менее дельные советы касательно борьбы с влиянием Барби: например, как объяснить ребенку, чем она нехороша, как переключить его на игры с менее опасными игрушками, как понять, насколько Барби повлияла на ваш собственный образ и т. п.

Благодаря материалам подобных сайтов, интернет-форумам с участием родителей и педагогов, статьям, публикуемым в прессе и прочим материалам, так или иначе связанным с Барби, можно более или менее четко представить себе, чем этот маленький кусочек пластика так уж не угодил публике. Я уже упоминала претензию номер один — возмущение по поводу несходства Барби с реальными женщинами в плане внешности и образа жизни. Главными свидетелями обвинения по этому пункту выступают феминистки. Отношения борцов за права женщин и компании «Маттел» были чрезвычайно сложными с первого дня возникновения Барби. Совершенно очевидно, что даже если бы «Маттел» поставила перед собой задачу удовлетворить эту категорию противников, задача оказалась бы невыполнимой: для этого надо было бы слишком сильно колебаться вместе с линией партии. Когда феминистки 60-х боролись за стирание различий между мужчиной и женщиной в личном и профессиональном плане, Барби в образе медсестры, балерины и чирлидера казалась им слишком женственной и слишком зависимой от своего глуповатого Кена. Сегодня, когда неофеминистки борются за право женщины быть какой угодно — хоть женственной, хоть неженственной, хоть карьеристкой, хоть домохозяйкой, — «Маттел» обвиняют, наоборот, в навязывании девочкам карьерно-консюмеристского образа жизни...

Периодически компания делает весьма значительные реверансы в сторону враждебно настроенной феминистской общественности, стремясь хоть как-то снизить уровень негативного пиара, преследующего Барби со дня ее рождения. Например, одним из таких «реверансов» был редизайн Барби, произведенный в 1999 году: тогда кукле, среди прочего, уменьшили грудь и расширили талию, — свидетельство доброй воли «Маттел». Такие уступки феминисток, естественно, не удовлетворили: ноги Барби по-прежнему оставались слишком длинными, а пропорции тела — слишком хорошими. Кроме того, духовная жизнь куклы под скальпелем дизайнера особых изменений не претерпела. Кстати, и в этой ситуации «Маттел» вела двойную игру, объясняя всему миру, что причиной для изменения пропорций куклы стали не постоянные агрессивные наскоки со стороны феминисток, родителей, детских психологов и других заинтересованных лиц, а результаты фокус-групп, проведенных непосредственно с детьми: это, мол, сами девочки захотели придать кукле более реалистичный вид, а вы не тешьте себя надеждой, что нам можно диктовать правила.

В плане реконструкции внутреннего мира Барби попытка угодить любительницам стучать в стеклянный потолок заключалась в уже описанной мной гигантской кампании под лозунгом *We Girls Can Do Anything*. Если кому-нибудь еще требовались доказательства, что Барби никогда не сможет жить в мире с феминистками, то доказательства эти были получены: вместо того чтобы оценить мудрый ход «Маттел», феминистки обвинили *American Girl Club*, скооперировавшийся с производителями Барби для проведения этой кампании, в измене идеалам воспитания новой американской женщины.

Война между «Маттел» и многочисленными *mis* вышла на новый виток после того, как компания вынудила Хиру Эдут, бывшего редактора журнал « *Mis* » (одного из старейших и наиболее уважаемых феминистских изданий США), изменить название своей книги, посвященной вопросам восприятия женского тела и изначально озаглавленной " *Adieux, Barbie* ". Сегодня существует сайт под названием " *Adieux, Barbie* ", призванный бороться против ценностей, диктуемых, по мнению его хозяев, "белокурой бестией". Обращение создателей сайта к посетителям гласит: "Барби — это просто-

напросто способ предоставить мужчинам, проектирующим игрушки, возможность продавать нам изображения девочек-подростков в коротких юбках и без трусов". Там же говорится, что цель сайта — "позволить детям оставаться детьми и заставить взрослых отдавать себе отчет в том, что компанию «Маттел» интересуют только их деньги!". Как неожиданно. Как странно. Меня всегда поражает тот факт, что при разговоре об игрушках идея коммерческой компании, занимающейся коммерцией и стремящейся в результате этой коммерции получить в свое распоряжение деньги покупателей, воспринимается как непристойное откровение, в котором взрослые люди должны "отдавать себе отчет". Подобные заявления на сайте клуба анти-Барби демонстрируют нам, насколько часто мы стремимся переложить ответственность за воспитание своих детей на производителя игрушек.

Другой тип гонителей Барби — это «защитники» Барби. Защитники не куклы и не коммерческого продукта, а того эфемерного виртуального персонажа, который стоит за пластиковой фигуркой в ярких одеждах. Такие защитники тоже обвиняют компанию «Маттел» в преступлениях против прекрасной половины человечества, однако саму Барби они рассматривают не как проповедника никуда не годных ценностей, а как жертву. Манифест маленькой организации под названием "Barbie Nation Freedom Fighters" гласит: "Барби порабощена!" Здесь нам объясняют, что Барби оказалась рабыней своих бессовестных производителей-сексистов, которые не дают ей достаточно еды, изнуряют ее физическими упражнениями и лишают человеческого тепла, постоянно вмешиваясь в сексуальную и личную жизнь своей куклы. Эта маленькая полушуточная организация дает хорошее представление об идеологии куда как более серьезных игроков на том же поле. Например, члены группы под названием "Barbie Liberation Organization" ("Организация освобождения Барби"), чья деятельность началась в 1993 году под самое Рождество, заходили в магазины игрушек и меняли местами электронные блоки в говорящих Барби и говорящих GI Joe. В результате Барби хриплым голосом грозила неведомым врагам, а GI Joe игриво предлагал отправиться на свидание или заняться шоппингом.

Бороться с Барби модно и выгодно — она хороший ньюсмейкер, и воспользоваться ее славой ничего не стоит. Организации и объединения такого рода то появляются, то исчезают в ожидании новостного повода, который позволит их деятельности развернуться на некоторое время, привлечь внимание прессы и вновь затихнуть до очередного выгодного скандала. Буквально в те дни, когда дописывалась эта книга, разразился довольно масштабный отечественный скандал вокруг Барби — правда, сама Барби была втянута в него за уши. Дело в том, что в ходе интернет-этапа конкурса красоты "Мисс Россия" среди фотографий доморощенных поджарых красавиц, рвущихся в модели, оказалась фотография милой толстушки по имени Алена Писклова. Позже выяснилось, что портрет Пискловой подала на конкурс «доброжелательница», желавшая досадить некрасивой девочке, но первое время пользователи интернета с удовольствием отдавали свои голоса Алене. Причина предельно проста, и характеризуется она детским словом «баловство». Я специально обошла полтора десятка виртуальных конкурсов красоты, как российских, так и зарубежных: в каждом случае, если на конкурс была представлена хоть одна фотография какого-нибудь уродца, уродец имел очень высокий рейтинг. Ни о каком "сопротивлении диктату красоты" речь, конечно, не идет, — здесь работает чистый механизм игры. В случае с Пискловой нашлись люди, готовые к своему удовольствию эксплуатировать этот механизм. Надев вполне серьезные мины, они создали сайт под названием "Stop Barbie" и организовали на нем кампанию под слоганом "Барби не пройдет!". К Барби все это имело самое косвенное отношение: она упоминалась в качестве символа "стандартизированной красоты" (что возвращает нас к некоторым уже обсуждавшимся проблемам). Вся "борьба с Барби" ограничилась призывами голосовать за Алenu Писклову несмотря на то, что в манифесте движения говорилось: "Наше движение не ограничивается только лишь поддержкой Алены... Стратегически, мы должны отстаивать нашу позицию и доносить ее до масс, до правительства и крупных корпораций. Наша цель — повернуть взгляды не к потребностям среднестатистического человека, а к потребностям отдельно взятого индивидуума". По такому прекрасному новостному поводу отписались все, от "Московского комсомольца" до ВВС. "Борцы с Барби" с наслаждением давали интервью и произносили пламенные призывы в формате: "Скажем "Нет!" 90-60-90!" Потом выяснилось, что Пискловой всего 15 лет, и ее сняли с конкурса. Надо ли говорить, что "борьба с Барби" на этом закончилась. Я ни в коем случае не возьмусь обвинять создателей движения "Stop Barbie" в неискренности — совершенно не исключено, что они действительно противники стандартизации понятия женской красоты, но последовательными в своей борьбе их, мягко скажешь, не назовешь, как, впрочем, и многих других борцов с Барби, вспоминающих о своих убеждениях от новостного повода к новостному поводу.

Судить об эффективности подобных кампаний по борьбе с Барби довольно трудно. Совершенно не исключено, что такие действия иногда способны убедить некоторых родителей в том, что игры с Барби вредны для психического здоровья и светлого будущего их дочерей, но на самих девочек, постоянно тратящих карманные деньги на приобретение все новых и новых Барби, такие выпады, по-

видимому, никаким образом не влияют. Может быть, дело в том, что о разъяснительной работе с потенциальными жертвами как раз никто и не думает: я не нашла ни одной организации, которая хоть как-то занималась бы подобной работой, возможно, потому, что организовать такую работу гораздо сложнее, чем разместить несколько выкриков на собственном сайте и совершить пару вылазок в магазин игрушек. А может быть, дело в том, что ненавистницы Барби просто неспособны оценить масштаб независимости современных детей в выборе собственных игрушек. В забавной песенке "Дочери феминисток" американской певицы Нэнси Уайт говорится о том, что девочки, чьи матери борются за независимость и равноправие женщин, хотят выйти замуж за богатого человека, готового их содержать, совершенно не интересуются выборами, с трех лет уговаривают мам разрешить им краситься, и считают, что им пристала жизнь принцесс. В качестве рефрена в песенке повторяется вопрос: "Как случилось, что они мечтают о Барби?"

Те, кому кажется скучным шпынять Барби из-за ее слишком большой груди и слишком пристального внимания к своей внешности, выбирают более серьезную почву для нападок — они говорят о шовинизме производителей куклы. На "классовом шовинизме", т. е. на пропаганде достатка и богатства, я уже останавливалась; но куда как более серьезным преступлением в современном западном обществе считается шовинизм расовый, этнический. Как ни крути, а у всех нас Барби в первую очередь ассоциируется с розовокожей блондинкой, глядящей на мир ясными голубыми глазами. Этот идеал арийской красоты действительно поддерживается компанией «Маттел» в качестве основной версии куклы, но разнообразие темнокожих Барби и Барби-латина на сегодняшний день очень велико. Более того, в последнее время почти все модели как игровой, так и коллекционной линии выпускаются, по крайней мере, в двух вариантах — *Caucasian* и *African-American*, а чаще всего даже в трех вариантах — те же плюс *Spanish*. Надо отдать должное «Маттел»: этнических *fashion dolls* до Барби было ничтожно мало, как и этнических кукол вообще. Правда, в начале 60-х, когда черных Барби еще не было и в помине, популярные журналы выпускали этнических бумажных кукол, а еще раньше, в 20-е годы, знаменитая фирма Арманда Марселя в Тюрингии производила кукол, изображающих детей разных рас. Их пупсы и маленькие мальчики бывали японцами, китайцами и негритятами. Кукол-негритянок в характерной одежде — фартук служанки и пестрая шаль — с 1868 года создавал Казимир Брю, этнические куклы от "Симон и Халбиг" пользовались определенной популярностью, но это были, по большей части, дорогие коллекционные куклы, и их этническое разнообразие было продиктовано скорее желанием предложить покупателю экзотику, чем попыткой соблюдения политкорректности и создания ролевых моделей. Однако в конце 60-х «Маттел» вынуждена была задуматься над проблемой расового разнообразия своих кукол: этого, во-первых, требовало общественное мнение, а, во-вторых, афроамериканцы стали составлять серьезный рынок, и ради этого рынка стоило потрудиться. «Маттел» произвела первую чернокожую куклу в 1967 году. Это была не сама Барби и даже не ее подружка Мидж — это была кузина Барби по имени Френси, до этого существовавшая в «арийском» варианте. Темнокожий вариант Барби назывался по меркам сегодняшнего дня оскорбительно: "Цветная Френси" ("*Colored Francie*"). Решение о том, чтобы сделать «этнической» саму Барби «Маттел» приняла только в 1980 году — именно тогда появилась первая Барби-афроамериканка и Барби-латина. Интересным продуктом стремления «Маттел» к этнической диверсификации кукол стала Штеффи, продававшаяся в 1972–1973 годах. Об этом, кажется, нигде не заявлялось напрямую, но, насколько я способна судить, у Штеффи были яркие черты, свойственные выходцам из Индии, которых в США тех лет становилось все больше и больше: большие круглые глаза, тонкие приподнятые брови, прямые черные волосы, пухлые губы и смуглое личико. Штеффи перестали выпускать в 1973 году, но моя версия о ее индийских корнях подтверждается тем фактом, что болванка головы этой куклы до сих пор иногда используется при создании коллекционных этнических вариаций Барби, в частности личико Штеффи мы видим у "Барби-Принцессы-Индии".

В 80-х начался расцвет этнических Барби — от таитянки до кореянки. Например, в 1986 году появилась подружка Барби Мико; ее преподносили публике в качестве *Asian Pacific American*, т. е. островитянки, но черты ее лица вполне позволяли считать эту куклу заодно и азиаткой: прямые черные волосы, раскосые глаза, темные брови и маленькие губы. Через год после нее появилась «латина» по имени Тереза. Ее лицо тоже было много лет спустя использовано для нескольких коллекционных кукол. В 1990 году «Маттел» произвела новую азиатку — куклу по имени Кира, кажется, существующую и по сей день. Киру представляли под названием "*All American Kira*". На русский это официально переведено как "американка Кира", в то время как дословно это должно было бы звучать как "американка до мозга костей", по легенде Кира была эмигранткой из Азии и, видимо, прекрасно адаптировалась. В 1994 году появилась темнокожая Шани. Она дослужилась до детского врача, но все равно выпускали ее недолго. Наконец, в новейшей линии 1999 года "*Generation Girls*" присутствует два новых этнических персонажа: хорошенькая негритянка Нишель и испанка по имени

Ана. Азиатка в кругу близких подруг Барби не числится. «Маттел» объясняет это тем, что маркетинговые исследования демонстрируют отсутствие у азия-американцев интереса к приобретению куклы-представительницы собственного этноса, что не мешает хулителям Барби обвинять «Маттел» в пренебрежении этнической группой, представителей которой в США становится больше с каждым годом. Чем сильнее «Маттел» старается угодить всем возможным этносам и расам, тем изощреннее становятся обвинения Барби в шовинизме. Недовольные жалуются уже не на отсутствие цветных кукол, а, например, на тот факт, что Барби-испанка и темнокожая Барби (именно сама Барби, а не ее подруги) представляют собой белую Барби, просто "покрашенную в соответствующие цвета"; ее лицо имеет этнические черты только за счет росписи, а не за счет строения черепа. Другое обвинение — темнокожие подруги Барби реже участвуют в ее приключениях и похождениях, описанных в тематических журналах и книгах, чем куклы-европеоиды. Забавно что в то же время, когда в США накалялись страсти по поводу темнокожих Барби, в ЮАР времен апартеида черные куклы были запрещены — за обладание такой Барби вполне можно было сесть.

Но стремление к этническому разнообразию всегда было у «Маттел» недостаточно сильным, чтобы заглушить голос рынка. Мне известна по крайней мере одна попытка создания этнических кукол, так и не вышедших на рынок: создатели Барби довели эту серию до прототипа — и остановились. Это были Барби, одетые по моде австро-венгерской империи, они выставлены сегодня в одном из европейских кукольных музеев и представляют собой крайне странное зрелище: у Кенов широченные черные брови и лихие усы, Барби все, как одна, подражают трагической принцессе Сиси в годы ее молодости — осиные талии, широкие юбки, высоко подобранные локоны и излишне роскошные наряды, не лишённые некоторой патриотической дикости: розовый мундир поверх замысловатых кружев. Эти куклы выглядели слишком непривычно и совсем не имели соответствий в интуитивном историческом контексте, хорошо известном широким массам. Рынок не принял бы их; и создатели Барби — как и в ситуации с куклами, представляющими альтернативную моду 80-х годов, — не стали рисковать деньгами.

Это подчеркивает важную черту всех этнических кукол от «Маттел» — они должны быть усредненными, стереотипичными, можно сказать — американизированными при всех своих этнических чертах, иначе от них отшатнется рынок. В начале 90-х годов «Маттел» запустила серию игровых кукол под названием "Куклы мира". Сейчас серия состоит из двух с лишним десятков кукол, среди них — испанка, голландка, норвежка, русская, чешка, марокканка, нигерийка, Барби из Ганы, кенийская Барби, кореянка, тайка, австралийка, малазийская Барби и т. д. Все они предстают перед нами одетыми в некое отдаленное подобие национальных костюмов, утрированных и крайне условных. Например, на русской Барби — кокошник, почему-то расшитый золотыми цветами, и белая рубашка; через плечо перекинута золотая коса. В энциклопедии указано, что кокошник "напоминает по форме купола московского храма Василия Блаженного". Выпускается еще одна этническая серия, предназначенная уже для коллекционеров, "Принцессы мира". Параллельно с ней существует коллекционная серия "Богини мира", составленная из кукол работы Боба Мэки. Некоторые из этих кукол удивительно хороши собой, а детальность проработки их нарядов поражает воображение, но все они объединены одной крупной проблемой: ничего подлинно этнического в них нет. Например, все они одеты не в национальные костюмы, а в роскошные платья "по мотивам", что особенно хорошо видно при рассмотрении тех же "Кукол мира", в теории призванных знакомить девочек с представительницами разных культур: французскую Барби непременно изображают исполнительницей канкана, тайская Барби выражена в некое подобие традиционного костюма танцовщицы, на австралийку напялена шляпа бушмена...

Такой подход хорошо иллюстрирует подлинное отношение Барби к вопросам этноса. Барби, на мой взгляд, никоим образом не интернационалистка в полном смысле слова. Она, скорее, олицетворяет американскую буржуазную политкорректность, носители которой с подчеркнуто приветливой демонстративностью не делают различий между представителями разных рас и умиляются любым проявлениям "национального характера", будь то любовь к спагетти, ношение сари, исполнение канкана или манера семенить крошечными ножками, обутыми в деревянные гэта. Таким образом, обвинения Барби в расизме видятся мне несостоятельными. О ней, скорее, можно говорить, что сама она является абсолютной, стопроцентной WASP, как по самоощущению, так и по идеологии; но иметь четкую национальную идентификацию совершенно не предосудительно как для человека, так и для куклы.

На более основательной платформе стоят те, кто обвиняет Барби в совершенно другом типе шовинизма: в неприязни к больным и слабым. Среди маттеловских кукол фактически нет людей с медицинскими проблемами. До 1999 года Барби и ее подруги ничего не знали о немощи и болезнях. В 1999 году в линии Generation Girls появилась Бекки. Бекки поступила в продажу с одним из самых неожиданных кукольных аксессуаров — инвалидным креслом, из которого ее, кстати, вполне можно

было вынуть. О том, что именно привело Бекки к такому плачевному состоянию, нигде и ни в какой момент не говорилось, но так или иначе трагедия не прибавила Бекки ни ума, ни глубины: ее образ жизни во всем соответствовал идеалам "Barbie Girl". Официально эта кукла называлась "Share A Smile Becky" ("Улыбчивая Бекки") (в русском переводе ее окрестили "Неунывающей Бекки"). Эта кукла оказалась модницей, любительницей вечеринок и, естественно, чемпионкой Олимпиады для инвалидов. Заявленная в качестве "ролевой модели для всех девочек, испытывающих проблемы со здоровьем", Бекки с тех пор используется компанией «Маттел» в качестве щита перед лицом неприятелей. Она — нечто вроде "своего еврея": в ответ на любые претензии по поводу пренебрежения слабыми и немощными кресло с Бекки выкатывается вперед. Появление этой куклы дало компании «Маттел» прекрасную прессу, но та же самая пресса по-настоящему ликовала, когда выяснилось, что кресло Бекки не влезает в лифт двухэтажного "Дома мечты" Барби (время от времени журналисты пируют на этом факте по сей день).

Помимо Бекки единственной демонстрацией того факта, что у Барби есть какие никакие представления о реальном мире и реальном страдании, было появление в 2003 году Барби — преподавательницы языка глухонемых. Это единственная кукла в истории, у которой ладонь не сложена лодочкой, а изображает знак, обозначающий на языке глухонемых фразу "Я тебя люблю". На обороте коробки с этой Барби приведены буквы алфавита для глухонемых, а в комплект, помимо школьной доски и мелков, входят стикеры с особыми картинками: на них изображены руки, подающие тот или иной знак. Идея эта была бы совершенно прекрасной, если бы не два нюанса. Во-первых, несчастье опять произошло не с самой Барби и даже не с кем-нибудь из ее друзей и родственников, а с посторонними, неведомыми людьми. А во-вторых, весь пафос кукол сводится на нет тем обстоятельством, что кроме учебных принадлежностей в набор с этой Барби входит... миниатюрная щетка для волос: глухота — глухотой, а внешность, видимо, прежде всего.

«Маттел» находится в сложной ситуации. Бекки была политической необходимостью, преподавательница языка глухонемых убивает сразу двух зайцев, апеллируя как к любви девочек играть в школу, так и к любви общественности к политкорректным игрушкам. Но слепая, парализованная, кривая, горбатая, одноногая и тому подобная кукла в реальности не представляет собой хороший эстетический объект. Она будет отпугивать девочек, привыкших видеть в кукле маленькую принцессу (та же Бекки очень хорошенькая, особенно если вытащить ее из инвалидной коляски и как следует нарядить). Девочки, по общепринятому мнению, видят в кукле будущих себя — и не захотят идентифицироваться с бедняжкой; политкорректная, но непривлекательная креатура такого рода, скорее всего, останется без рынка. Словом, можно смело предположить, что Бекки (раскупающаяся, кстати, очень плохо) еще долго будет чувствовать себя мучительно одинокой, если «Маттел» не позовет ей на помощь друзей из Олимпийской сборной инвалидов, в чем я сильно сомневаюсь.

Практически по всем перечисленным пунктам обвинения у Барби находятся не только враги, но и защитники. Кто-то считает, что ее неправильная внешность приносит в мир особую, почти инопланетную красоту, кто-то полагает, что пышущее здоровье Барби привьет девочкам любовь к правильному образу жизни, кто-то утверждает, что ее пресловутый консюмеризм учит девочек не складывать деньги в кубышку, а активно поддерживать национальную экономику. Но существует один аспект жизни, относительно которого Барби постоянно находится на простреливаемой территории. У этой куклы плохие отношения с представителями всех основных религий мира.

Барби создает впечатление стопроцентной атеистки, но при очень внимательном рассмотрении ей можно приписать некоторую склонность к легкому необязательному протестантизму. Например, празднует же она Рождество, и существует же "Барби-Пасхальные-мотивы", держащая в руках хорошенькую корзиночку с нарисованными на ней яйцами и торчащими наружу бумажными цветочками. Но в остальном ни в каких проявлениях религиозности Барби не замечена. Более того, мне не удалось найти ни единого высказывания представителей компании на эту тему за все время существования куклы. Зато высказываний со стороны представителей самых разных конфессий хватает с избытком. Хуже всего дела обстоят с исламом: например, в Саудовской Аравии Барби не так давно запретили вообще, назвав куклу «антиисламской» и "подрывающей моральные устои саудовских женщин". В результате цена девятидолларовой Барби на черном рынке в СА превышает 30 долларов — огромная сумма для страны с очень бедным населением. Случай понятный: между Барби и представлениями ислама о том, какой должна быть женщина, невозможно найти никакой компромисс. Ее обтягивающие наряды, открытое лицо и широкая улыбка никаким образом не сочетаются с необходимостью быть скромной и носить хиджаб. На сайте некоего исламского издания я нашла статью прогрессивной американской мусульманки, пытающейся решить серьезную проблему: как сделать так, чтобы ее дочь, с одной стороны, не была лишена удовольствия играть с Барби, как все остальные девочки, а с другой — никоим образом не набралась идей, разнящихся с традиционными

представлениями о достойном женском поведении. Мудрая мать приняла компромиссное решение: она своими руками превратила Барби в мусульманку. За несколько минут она смастерила из кусочка материи мешковатое платье, хиджаб и широкую паранджу и с радостью убедилась, что этот наряд скрывает как волосы куклы, так и ее роскошную фигуру. "Грудь Барби больше не торчала наружу, и Барби немедленно стала выглядеть совсем иначе. Моей дочери это очень понравилось, она сказала, что «новую» куклу нужно назвать Муслима Фатима — так звали ее лучшую подругу. С этого момента она увлеклась игрой с Фатимой, стараясь не нарушать порядка в одежде куклы и принялась представлять Муслиму Фатиму другим игрушкам..." Забавно наблюдать ту частоту, с которой разнообразные куклы, производимые в исламских государствах и одобряемые местными властями и представителями религии, позиционируются не просто как подходящие игрушки для маленьких мусульманок, а как противопоставления Барби. В частности, попыткой такой «альтернативы» Барби и Кену должны были стать выпускаемые в Ираке куклы Сара и Дара — два небольших бесформенных пупса в грубой псевдонациональной одежде. Но гораздо более интересным порождением мне видится кукла по имени Рузана (слово, обозначающее на арабском «скромность» и "невинность"). Эта кукла производится в Иране и представляет собой в чистом виде fashion doll. У нее есть подружки, она продается в различных одеждах, аксессуаров и дополнительные наряды для Рузаны можно покупать отдельно. Правда, эти аксессуары способны повергнуть любую любительницу Барби в культурный шок: среди прочих вариаций мне удалось найти "Молящуюся Рузану" в белом платье и белой накидке на голове и "Рузану-мусульманского скаута" — в зеленом платье со скаутскими знаками отличия.

Мне не удалось найти никаких материалов, которые давали бы четкое представление об отношении к Барби представителей иудаизма, но можно предположить, что отношение это вряд ли было бы особо дружеским. Нескромность Барби и ее стремление заниматься неженскими делами, как я понимаю, должны вызывать у иудеев сильный протест. Что же касается христиан, то Барби осуждают практически в один голос представители почти всех конфессий. Например, в католическом журнале, выпускаемом одним из крупных американских университетов, я нашла статью о том, каким образом вера в Бога может соединяться в сердце маленькой девочки с любовью к Барби. В статье говорится, что если девочка в начале своей жизни не имеет никакой веры в своем сердце, она приобретает веру в Барби вместо веры в Бога, потому что Барби делает вид, что показывает своей хозяйке путь в светлое будущее. Если же в более зрелом возрасте такая девочка открывает для себя путь к христианству, она не просит у Господа спасения души, но говорит: "Верю, что Иисус сможет превратить меня в Барби". "Она верит в Иисуса, который приведет в ее жизнь Кена, она верит в Иисуса, который поможет ей заработать денег на машину "как у Барби", она верит в Иисуса, который подарит ей дом Барби в натуральную величину, и только Иисус Христос может дать ей тот образ жизни, о котором она мечтает", т. е. нам фактически говорят, что женщина, единожды поигравшая с Барби, уже потеряна для Спасения. Что же до православия, то православные издания в России и за рубежом периодически посвящают Барби многополосные статьи, общий смысл которых сводится к тому, что "мыслей западных зараза хуже порчи и лишая".

В 2003 году, желая эксплуатировать вызванную Гарри Поттером массовую любовь детей к оккультным явлениям, «Маттел» выпустила вполне неожиданную версию Барби под названием Secret Spells Barbie ("Барби-Тайные-чары"). Среди прочих аксессуаров к кукле прилагалась инструкция: как смешивать разнообразные зелья (основой которых являлись, по большей части, молоко, фруктовые соки и минеральная вода) и произносить заклинания, позволяющие создавать "настоящее волшебство". Эта бедная кукла вызвала ненависть всех, кто считает себя специалистами в области духовной жизни, предоставив нам редкую возможность наблюдать полное единение викканцев с христианами хоть по какому-нибудь вопросу. Правда, причины для единодушия были разными. Христиан «Барби-Тайные-чары» оскорбила по самым простым причинам: эта Барби, конечно же, недвусмысленным образом учила детей оккультизму; следующим шагом должна была быть продажа души дьяволу, рисование пентаграмм и попытка при помощи отвратительных зелий стать сильнее Господа Бога. Викканцев же возмутила профанация их религии и тот факт, что Барби оказалась способной заниматься магией ни с того, ни с сего. По словам тех представителей викка, чьи статьи и сообщения на форумах мне довелось прочитать, такая Барби "олицетворяет собой все, что ненавидят подлинные викканцы, а именно представление о новом язычестве как о наборе примитивных заклинаний, подкрепляемых дурацкими смесями из разноцветных пузырьков". Если христиане подозревают куклу в подталкивании девочек к язычеству, то язычники боятся, что «Барби-Тайные-чары», наоборот, оттолкнет девочек от их веры.

Та агрессивность, с которой представители самых разных социальных групп высказывают свою неприязнь к Барби, та серьезность, с которой противники куклы разъясняют нам ее вред для человечества, лишней раз демонстрирует, насколько велико значение этой пластиковой красавицы в нашем сегодняшнем обществе. Любимая или ненавидимая, Барби представляет собой феномен, который невозможно игнорировать, она проникает в нашу жизнь и становится ее частью в

независимости от того, хотим мы этого или нет. Мы должны отдавать себе отчет, что наши симпатии и антипатии в адрес Барби обычно имеют очень мало общего с самой куклой и ее производителями и не зависят от их озарений или ошибок; эти чувства — проекции наших собственных проблем, наших опасений, нашей неуверенности в себе и в окружающем мире. Мы смотримся в Барби как в зеркало современной цивилизации, и увиденное нами очень сильно зависит от нас самих. Попытки переложить на кусочек пластика ответственность за воспитание наших детей, за их взгляды на мир, за их представления о себе, наконец, за спасение их души, должны вызывать у нас некоторую неловкость.

Как заметила уже цитировавшаяся мной маленькая девочка, "Барби — это просто кукла". Возможно, для некоторых маленьких девочек, с их гибкой фантазией, короткой концентрацией внимания и быстрой сменой настроений, дела обстоят действительно так. Но когда я общаюсь со взрослыми людьми, в чьей жизни Барби занимает очень, очень, очень много места, т. е. с коллекционерами этой куклы, я начинаю подозревать, что безоговорочно согласиться с моей юной собеседницей касательно "просто куклы" мне будет нелегко.

Глава 15.

" GOTTA HAVE THEM ALL": КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЕ БАРБИ

Мне видится, что любое коллекционирование — это попытка создания зоны личного контроля: что бы ни происходило в твоей собственной жизни и вокруг тебя, твоя коллекция находится полностью в твоём распоряжении. Здесь ты — единственный авторитет, царь и бог. Кроме того, коллекция позволяет нам поддерживать самооценку: во-первых, она указывает на то, что у нас есть уникальные интересы, таланты и знания, необходимые для создания хорошей коллекции; во-вторых, потому что мы можем пытаться перещеголять других коллекционеров и гордиться своими успехами в таком соревновании. Когда же речь идет о коллекционировании Барби, добавляется, видится мне, еще и тот самый элемент престижа, который так много значит в жизни не только взрослых коллекционеров, но и маленьких девочек. Чем больше у тебя Барби, чем они дороже и красивее, тем выше твой социальный статус, по крайней мере, в твоей среде — в среде собирателей Барби.

Идея коллекционирования игрушек далеко не нова, но зато сравнительно нова идея производства коллекционных игрушек, т. е. игрушек, заранее рассчитанных на покупателя, готового тратить время, силы, и, главное, деньги на приобретение нескольких (в идеале — всех) вариаций одной игрушки ради удовольствия составить из них собственную коллекцию. Мысль о создании коллекционных игрушек как таковых возникла у производителей в самом конце 70-х, и причиной ее возникновения стала мода на собирание разнообразных современных фигурок, объединенных той или иной темой или выпускаемых тем или иным производителем. Едва ли не первыми коллекционерами современных игрушек стали собиратели рекламных персонажей, всех этих пакетов с тестом, кукол-хозяюшек, глазастых головок сыра и крошечных атлетов, прилагавшихся к покупке в качестве бонуса от компании-производителя. Революция в мире коллекционирования подобных объектов произошла в 1974 году, когда младший менеджер Сен-Луисского отделения компании «Макдоналдс» придумал способ рекламировать гамбургеры для детей: он создал специальный детский обед под названием "Happy Meal", а в качестве бесплатного приложения для привлечения маленьких клиентов предложил дарить с каждым детским обедом маленькие игрушки. С тех пор приблизительно раз в несколько недель «Макдоналдс» меняет персонажей, входящих в наборы "Happy Meal", и охотятся на этих персонажей не только маленькие любители гамбургеров, но и взрослые коллекционеры. Специально для «Макдоналдса» производители игрушек часто выпускают специальные упрощенные вариации своих наиболее популярных товаров, — таким образом «Макдоналдс» и производители рекламируют друг друга (кстати, для такой акции в «Макдоналдсе» не так давно была создана специальная упрощенная версия Барби плюс уменьшенные в размерах длинноногие плюшевые не то кошечки, не то собачки — новые друзья Барби, странная и неприятная, на мой взгляд, креатура последних двух лет). Примеру гиганта фастфуда последовали как конкуренты помельче — скажем, "Бюргер Кинг", "Гак" и другие поставщики еды на скорую руку, и уже к началу 80-х коллекционеров fastfood toys развелось невиданное множество, да и сегодня пахнущие жареной картошкой игрушки из сосисочных и пиццерий считаются одним из самых популярных объектов для собирания в мире.

Впрочем, идея создавать игрушки специально для коллекционеров тогда еще не приходила никому в голову.

В 70-е годы появилась еще одна разновидность игрушек, которые превратились в коллекционные трудами самих собирателей, а не производителей. Речь шла о небольших фигурках, изображающих персонажей популярных научно-фантастических фильмов и сериалов. Начало традиции было положено в 1972 году, когда компания «Мегатойз» выпустила в продажу небольших,

всего 8 дюймов высотой, куколок, изображающих персонажей популярных в те годы комиксов — Спайдермена, Капитана Америка, Бэтмана и Супермена (кстати, к фигуркам прилагалась одежда, которую можно было снимать и надевать). С тех пор куклы-персонажи фильмов превратились в многомиллиардный бизнес, их появлением сопровождается выход на экраны практически любого фантастического или фэнтезийного блокбастера, и рассчитаны они в первую очередь на фанатов данного конкретного фильма и на коллекционеров, собирающих, скажем, роботов, или монстров, или всех персонажей "Звездных войн", или только женщин-воинов, или еще какой-нибудь категории пластмассовых героев.

Такой подход к производству игрушек был впервые продемонстрирован только в 80-е годы. Одним из первых серьезных успехов на новом поприще стали так называемые "Заботливые медведи" ("Care Bears"), персонажи популярных поздравительных открыток. Открытки появились на свет в 1981 году, а в 1983-м компания-производитель приняла решение сделать своих персонажей трехмерными, тем более что популярности "Заботливых медведей" вполне мог послужить как раз вышедший на экраны мультипликационный сериал с их участием. Я помню этих небольших плюшевых мишек с цветными сердечками, нашитыми в середине груди, — их было несколько, если я не ошибаюсь — пятеро, по числу героев мультфильма. С 1983 по 1987 год было продано более сорока миллионов таких медведей. Здесь речь еще не шла о систематичном создании постоянно обновляющейся серии, об эксклюзивных вариантах с ограниченным тиражом, о редких и оттого еще более ценных персонажах — словом, о всем том, что сегодня составляет неотъемлемые атрибуты мира коллекционных игрушек, но первый шаг был сделан, и сделан успешно.

Именно в 80-е годы выяснились два важных закона функционирования рынка коллекционных игрушек. Первый закон гласил: "Есть люди, готовые скупать разные варианты одной игрушки не ради игры, а ради пополнения собственной коллекции. Чем больше будет серия, тем больше игрушек они приобретут". Закон второй гласил: "Есть люди, которые всегда будут покупать коллекционные игрушки, не подозревая об их коллекционности. Они купят медвежонка в шотландской юбочке за сорок долларов, не обращая внимания на тот факт, что он вышел ограниченным тиражом и предназначен для коллекционеров, — им просто покажется, что это подходящий подарок на день рождения их шотландского друга, и сорока долларов для него совсем не жалко. Эти люди подберут то, до чего не дойдут руки у коллекционеров". С тех пор и по сей день рынок коллекционных кукол балансирует между двумя этими целевыми аудиториями. Даже в тех ситуациях, когда игрушка изначально задумывается в качестве коллекционной, даже если тираж ее ограничен, а цены на нее высоки, найдутся люди, которые купят одну игрушку из всей коллекционной линии просто потому, что она им понравилась или понадобилась. Но в то же время цены на игрушку могут быть низкими, а ее тиражи — огромными, но если игрушка достаточно оригинальна и выходит в достаточном количестве вариантов, найдутся люди, которые будут покупать, выменивать, перепродавать и эту игрушку для своих коллег. Именно на эти законы ориентировалась та же компания «Маттел» выпуская в 1986 году так называемых "Малюток из капусты" (Cabbage Patch Kids), разработанных дизайнером Хавьером Робертсом. Эти небольшие, мягкие, очень милые куколочки, изображающие приветливых детей в разных ярких одеждах, стоят от 10 до 350 долларов, и к каждому из них прилагается уникальный сертификат с указанием имени куклы: считается, что «Малюток» не «покупают», а «усыновляют». На сегодняшний день продано более трех миллионов «Малюток», и раскупались они так быстро, что побили рекорд по продажам новых кукол. «Малютки» лишний раз доказали, что создание коллекционных кукол — прекрасный бизнес, а высокая себестоимость и соответственно высокое качество товара способны прекрасно окупаться.

История с другой коллекционной игрушкой — изобретенными в 1993 году "Бобовыми крошками" ("Beany Babies") — продемонстрировала еще один закон рынка коллекционных игрушек: иногда коллекционеры способны заинтересоваться той или иной серией, только если они получают некоторые гарантии сохранности своих вложений; как и любое коллекционирование, коллекционирование игрушек требует редкости собираемых объектов. Так, «Крошки» производились на протяжении трех лет; они были дешевыми и рассчитанными на самую широкую публику. Эти совсем маленькие плюшевые игрушки набивали пластиковыми шариками, на ощупь напоминавшими крупу. В первой серии, выпущенной на рынок, были девять персонажей, среди них — лось, дельфин, лягушка, омар и свинка. «Крошки» не произвели особого фурора, и в 1996 году линию, насчитывающую всего 11 бобовых малюток, пришлось закрыть. Только в этот момент, т. е. когда потенциальные коллекционеры получили некоторую гарантию своих вложений за счет того, что число игрушек больше не пополняется, на «крошек» начали охотиться. С тех пор существовало огромное количество подражателей, выпускавших маленькие плюшевые игрушки в большом количестве вариантов, но оригинальные "Beany Babies" до сих пор ценятся очень высоко и стоят на рынке коллекционных игрушек немало.

Наконец, в 1997 году идея коллекционных игрушек привела к появлению дистиллированного и очень показательного проекта. На свет появились покемоны. Персонажи видеоигры, изобретенной компанией Nintendo, были не слишком популярны до тех пор, пока по игре не была снята мультипликационная серия и тогда же их начали выпускать в качестве игрушек. Главной целью игры было собрать идеальную боевую команду из восьми покемонов (всего существовал 151 вариант). Покемоны были устроены так, что действовал принцип "камень, ножницы, бумага": среди более чем десятка классов этих маленьких странных монстриков не было ни одного самого сильного класса: покемон класса А мог побороть покемона класса В, покемон класса В мог побороть покемона класса С, но, условно говоря, покемона класса С мог побороть покемон класса А. Поэтому для того чтобы составить грамотный бойцовый отряд из восьми особей, приобрести восемь самых «сильных» вариаций было невозможно. По мере поступления покемонов на рынок нужно было заменять одних монстриков другими, покупая все новых персонажей и пытаясь продать или обменять старых. Именно тогда появилась шутка: "И только когда в нашу жизнь пришли покемоны, мы поняли, как нам было хорошо с тобой, милая, добрая, красивая и недорогая Барби!"

Барби считается самой коллекционируемой игрушкой в мире. При разнообразии выпускаемых вариантов этой куклы не удивительно, что находятся миллионы желающих собирать Барби по тому или иному селекционному принципу. Иногда Барби начинают коллекционировать по причинам сентиментального толка. Большинство современных девочек имеет в своем распоряжении от 3 до 20 кукол Барби. Не желая расставаться с куклами по мере взросления, девочка постепенно начинает называть свой ящик с куклами «коллекцией». Это дает ей легитимизацию для покупки все новых и новых Барби даже после того, как она выходит из «кукольного» возраста. Первые коллекционеры Барби возникли именно по сентиментальным причинам: они появились в начале 70-х и представляли собой подростокое первое поколение обладательниц маттеловского шедевра. Барби, выпускавшимися в те годы, они фактически не интересовались, ностальгически отдавая предпочтение куклам, произведенным в период с 1959 по 1966 год, — именно у этих кукол были такие узнаваемые, такие родные черты лица, впоследствии сменившиеся прямым взглядом и открытой улыбкой, а их гардеробы были отшиты с особой тщательностью, не то что дешевые модели конца 60-х и 70-х годов. Тем более что Барби 70-х и начала 80-х по сей день считаются не слишком привлекательными объектами для коллекционеров. «Маттел» тогда резко снизила качество кукол и выпускала их поистине огромными тиражами — что всегда минус для собирателей, — а одежда этих Барби была совсем уж китчевой и лишенной изящества деталей. Эти годы по сей день считаются у специалистов "плохим временем", периодом, когда Барби чуть было не потеряла любовь всех маленьких девочек мира из-за низкого качества выпускаемых «Маттел» кукол. Но все-таки и в эти годы находились коллекционеры, собиравшие не только старые, но и новые вариации Барби: естественно, не все подряд, а, в большинстве случаев, придерживаясь каких-нибудь особых критериев, например: рыжеволосые Барби, Барби в купальниках, Барби-невесты и т. д. Именно тогда составлять коллекции подобного рода было приятно и необременительно — вариантов хватало, стоили они недорого, и занятие превращалось в чистое незатейливое хобби.

В середине 80-х компания «Маттел» начала отдавать себе отчет в том, что Барби интересуются не только девочки, но и их мамы. История fashion dolls начала повторяться, но уже в зеркальном варианте: если когда-то такие куклы предназначались для взрослых, и идея делать их для детей казалась революционной, то в 1986 году «Маттел» рискнула сделать детскую куклу во взрослом варианте. Эта Барби называлась "Фарфоровая рапсодия в синих тонах": ее головка была выполнена из фарфора, потому что в компании решили, что обыкновенная виниловая кукла покажется взрослым слишком простой, — о выпуске цельной коллекции тогда, кажется, и не думали. "Фарфоровая рапсодия была" фактически пробным шаром, и этот пробный шар дал вполне удачные результаты — взрослые были готовы покупать «особых» Барби. Еще два года ушли на тщательный анализ рынка, и, наконец, к Рождеству 1988 года «Маттел» выпустила "Барби-Веселые-праздники" — хорошенькую и довольно дорогую блондинку в ярко-красном пышном платье с белой оторочкой. О том, что кукла рассчитана на взрослых коллекционеров, не говорилось напрямую, но расчет был именно таков, и этот расчет оправдался: кукол буквально смели с полок. Тираж "Веселых праздников" был невелик, и сегодня такая кукла стоит довольно дорого, а достать ее не слишком-то просто.

С тех пор «Маттел» и начала выпускать серии кукол, уже откровенно рассчитанных на коллекционеров. Например, те же "Веселые праздники" превратились в серию, и на протяжении десяти лет «Маттел» выпускала по одной куклке в год — вплоть до 1998, когда популярность «Праздников» упала и выпуск серии пришлось прекратить. Коллекционерам больше нравились идеи поизысканней. Их восторг тогда и в более поздние годы вызывали такие серии, как «Ангелы», «Подиум», "Мода XXI века", "Принцессы мира" и т. п.

К концу 80-х «Маттел» окончательно уяснила для себя важную истину: рынок взрослых

поклонников Барби заслуживает отдельных и весьма серьезных усилий. С этого момента начался нелегкий путь компании в поисках оптимальных решений в области производства кукол для коллекционеров. Где-то шли уже опробованными путями, где-то ставили опыты, иногда с пользой, иногда безо всякого резонанса со стороны рынка. Один из самых удачных экспериментов был проведен в 1994 году: к 35-й годовщине куклы «Маттел» выпустила реплику самой первой Барби, но, естественно, одела ее в очень нарядный костюм, а не в полосатый купальничек, и коллекционеры были в восторге. Их интерес к взрослым вариациям Барби произвел на компанию «Маттел» столь сильное впечатление, что она совершила серьезную ошибку, стараясь насытить рынок и повышая количество кукол, выходящих в каждой серии, равно как и «допроизводя» тиражи хорошо расхोдившихся кукол во избежание возникновения дефицита. Это привело к тому, что ценность кукол и цена на них в среде самих коллекционеров начали стремительно падать. В конце 90-х годов любая коллекционная кукла стоила на вторичном рынке меньше, чем в магазинах, что явилось очень плохим признаком: кукол было слишком много, предложение превышало спрос, а значит, коллекционеры не чувствовали, что их вложения окупаются, что приобретенная ими дорогая кукла будет со временем расти в цене. Рынку вредил и тот факт, что теперь собиратели коллекционных Барби не торопились покупать новые вариации красавицы, — зачем платить полную цену в магазине, если дешевле купить куклу с рук? Словом, ближе к концу 90-х начало создаваться впечатление, что звезда "Барби для взрослых" покатила вниз по пластиковому небосклону. А тут еще и конкуренты «Маттел», хорошо понимавшие, что, пока жива Барби, им не отхватить свою долю на рынке игровых кукол, стали делать ставку именно на взрослых коллекционеров.

Наконец, в 1999 году «Маттел» принялась спасать создавшееся положение и резко изменила политику производства коллекционных кукол. Было заявлено, что такие куклы будут выпускаться строго ограниченными тиражами — не более 35 тысяч экземпляров, — что тиражи никогда, ни под каким предлогом не будут повторяться или допроизводиться. Это обеспечило стабильную цену на коллекционных кукол и гарантировало коллекционерам безопасность их вложений. Следующим шагом в борьбе за спасение рынка стала готовность прислушиваться к просьбам и идеям самих коллекционеров. Именно так в 1999 году в продаже появилась уже не раз упомянутая мной новая коллекция Барби — Барби — Fashion Model, она же — Silkstone Barbie. Эти куклы были сделаны из нового материала и по новым принципам: они продавались (и продаются) в нижнем белье, и в дополнение к ним можно отдельно приобретать разнообразные высококачественные костюмчики работы вполне уважаемого дизайнера Роберта Беста, как и мечтали коллекционеры. «Силкстоны» выходят строго ограниченным тиражом, они снискали огромную любовь и благодарность со стороны коллекционеров и вернули Барби славу коллекционной куклы номер один.

Помимо специальных серий, к созданию которых «Маттел» привлекает самых известных дизайнеров из мира высокой моды, компания нередко выпускает ограниченными тиражами коллекционных кукол, не объединенных в серию, но приуроченных к тому или иному событию, к той или иной дате. Кроме уже упомянутой "Барби — 35" существовала, скажем, "Барби — 30", она же — "Барби-Розовая-роскошь", выпущенная тиражом всего в 1200 экземпляров; ее вручали только гостям юбилейного праздника, что по сей день делает куклу очень дорогой и очень желанной для коллекционеров. Аналогичным образом были созданы специальные варианты Барби к 40-й и 45-й годовщинам появления куклы на свет. Впрочем, Барби умеет хорошо отмечать не только собственные юбилеи: роскошная "Барби Миллениум" стала одной из любимиц коллекционеров. Ее ждали долго, на нее велась предварительная подписка, и цена ее растет по сей день.

Еще одним поводом для создания коллекционных Барби могут служить юбилеи партнеров «Маттел» — или просто особые заказы тех или иных организаций. Так, существовала Барби, произведенная специально для «Кока-Колы», Барби для "Эйвон Косметике", юбилейная Барби для магазинов "Toys Are Us". Некоторые из этих кукол выходили довольно большими тиражами, но за счет того, что продавали их только в нескольких магазинах и в течение ограниченного времени, эти куклы пользовались вполне заслуженной популярностью у коллекционеров. Именно таким образом давний друг «Маттел», сеть магазинов «Шварц», получил в собственное распоряжение одну из кукол серии «Силкстон»: престижную и любимую собирателями «Барби-Редактора-моды»: ее можно приобрести только в магазинах «Шварц». На Венском балу 2004 года каждый мужчина получил в подарок Барби, одетую в роскошное красное платье и изданную строго лимитированным тиражом (помните мужскую игрушку — куклу Лилли?). Иногда «Маттел» производила особые варианты Барби, приуроченные к тем или иным событиям политической жизни, — и не только в коллекциях, но и в игровой линии. Уже упомянутая мной Барби, усыновившая китайского младенца, вообще не поступала в продажу, в то время как «Барби-Дружба», чье появление было приурочено к падению Берлинской стены, была выпущена большим тиражом в качестве игровой куклы, но в силу ограниченности времени продаж пользовалась огромным вниманием коллекционеров. Точно так же дела обстояли и с

Барби, произведенной в конце 80-х и посвященной окончанию "холодной войны" между Америкой и Россией. По большому счету, такого же рода конъюнктурной вариацией Барби можно считать Барби-Олимпийскую гимнастку, вышедшую в 2000 году в связи с уже упоминавшимся мной гражданским подвигом юной гимнастки Страгг.

В целом на сегодняшний день существует несколько десятков коллекционных линий Барби, не считая кукол, чье появление приурочено к тем или иным событиям или датам. Большинство кукол, выходящих ограниченным тиражом, коллекционеры начинают скупать заранее по подписке, производящейся на официальном сайте BarbieCollectibles.com, где коллекционеры Барби могут зарегистрироваться бесплатно и получить доступ к форумам, лотереям и подписке на кукол. За плату же можно вступить в так называемый онлайн-клуб "Клуб Фанатов Барби". «Маттел» стимулирует вступление в клуб, время от времени производя на свет специальные вариации Барби, распространяемые только через сайт и доступные только членам КФБ. Зарегистрированные «фанаты» получают каталоги, новости, скидки и право на покупку уже указанных «клубных» Барби, например кукол из недавно начатой «Маттел» серии римейков наиболее популярных винтажных Барби. В рамках этой серии копируются и выпускаются те самые реликтовые куклы 1959–1966 годов, с которых начиналось коллекционирование Барби.

Как только куклу, изданную ограниченным тиражом, раскупают, единственной возможностью приобрести ее в коллекцию становится покупка на вторичном рынке, где иногда приходится выложить сумму, значительно превышающую изначальную розничную цену куклы. Кстати, поскольку в России интерес к Барби не слишком велик, а серьезных коллекционеров практически нет, периодически можно наблюдать поразительный феномен: на полках некоторых московских магазинов стоят куклы, за которые американские коллекционеры уже готовы удавиться на онлайн-аукционах, в то время как где-нибудь в ЦУМе или "Детском мире" эти дорогие куклы, возможно будут пылиться на полках еще не один год.

Позволить себе скупать все коллекционные модели, выпускаемые «Маттел», не может почти никто. Каждый коллекционер решает для себя, по какому принципу он составляет свою коллекцию. Очень многие коллекционируют кукол игровой линии: они менее роскошны и менее престижны, но зато не так уж дороги, и модель, которую очень хочется приобрести, обычно можно себе позволить. Иногда собирают кукол по какой-нибудь определенной теме, например интернациональных, или кукол только из определенных серий, или идут на еще более жесткие ограничения, что делает частную коллекцию оригинальнее, а сам процесс их собирания — изысканнее. Некоторые, например, собирают исключительно машины Барби или дома Барби. Очень распространено коллекционирование членов семьи Барби, они не присутствуют в коллекционных линиях, но их предостаточно в линиях игровых. Особенно популярны сестры: клуб фанатов Келли уступает по численности участников только клубу фанатов самой Барби, и «Маттел» прилагает много усилий, чтобы все время пополнять линию Келли и ее друзей. Есть любители коллекционировать только одежду для Барби. Дело это довольно сложное, если покупать не новые костюмчики, а одежды, выпускавшиеся в прежние годы: одежда является самой страдающей частью любой куклы. Барби середины 60-х вполне может сохраниться в приличном состоянии, но шансы на то, что она будет одета в оригинальное платье, стремятся к нулю. Существуют специальные магазины и аукционы, на которых исходные одежды докупают или восстанавливают по частям. В особой цене находятся аксессуары — обычно дети теряют их первыми. Существуют любители коллекционировать только бумажных Барби или, того хлеще, только бракованных Барби. Цена этих кукол на интернет-аукционах сравнительно высока, тут действует тот же принцип, что и в случае, скажем, с бракованными марками. Например, в коллекции известного собирателя Барби Оззи Осборна находится так называемый "лысеющий Кен" — кукла, которая каким-то образом миновала этап приклеивания серединного блока волос, в результате чего волосы у Кена растут только по бокам головы — точь-в-точь как у немолодого лысеющего мужчины.

Коллекционные Барби не предназначены для игры, чаще всего их бережно хранят и выставляют напоказ. Впрочем, многие собиратели признаются, что довольно часто не могут избежать соблазна поиграть с красавицами из своей коллекции. Существует даже тенденция покупать двух Барби наиболее полюбившегося вида: одна хранится в качестве NRFB (Never Removed From Box, так называют кукол, целостность упаковки которых никогда не была нарушена, что позволяет сохранять их рыночную цену очень высокой), вторую же распаковывают и играют с ней в свое удовольствие, не боясь помять платье, повредить волосы или сделать еще что-нибудь, от чего кукла упадет в цене. Привычка коллекционеров хвастаться своими куклами, тщательно расставляя их на полках, повлияла на то, каким образом «Маттел» пакует коллекционные вариации Барби: они поступают в продажу в прозрачных коробках, сквозь которые раздетых модниц можно рассматривать со всех сторон, не раскрывая упаковки. Иногда одна из стенок коробки создает особый фон — что-то вроде декораций. Существует отдельный рынок выставочных коробок для Барби: в последних вариантах таких

"презентационных кейсов" фон можно устанавливать по своему усмотрению, выбирая один из нескольких вариантов, и тогда гостиная сменяется лужайкой для пикника, театр уступает место бассейну, а рыцарский замок легко превращается в офис.

Вторичный рынок коллекционных кукол устроен довольно сложно: как и всякие объекты собирательства эти куклы продаются и перепродаются из рук в руки по соответствующим законам ценообразования. Ценность куклы может определяться множеством разнообразных факторов, например годом выпуска, серией, тиражом, качеством, состоянием самой куклы и ее упаковки, одеждой, особыми индивидуальными характеристиками. Сравнительно недавно выпущенная коллекционная кукла, никогда не вынимавшаяся из коробки, может стоить больше, чем сильно потрепанная Барби 20-летней давности с испорченными волосами и без исходной одежды (впрочем, новейшие коллекционные куклы даже по своей розничной цене могут превосходить винтажные модели, перепродающиеся на аукционах). Здесь существуют свои спекулянты, те, кто покупает свежеразработанные коллекционные куклы по 10–15 штук, несмотря на их дороговизну, с целью перепродать их на аукционах или по знакомству уже через год, а иногда и через пару месяцев, когда исчезнет из розничной продажи разобранный коллекционерами ограниченный тираж. Правда, таких спекулянтов, кажется, не слишком много.

Многие коллекционеры хотели бы видеть тиражи предназначенных им кукол менее ограниченными, например, для того, чтобы извести спекулянтов, но в то же время их оппоненты, наоборот, предпочли бы видеть Барби, выпускаемых еще более ограниченным тиражом, поскольку это гарантирует сохранность их вложений и рост цен на кукол с прошествием времени. Огромное влияние на рынок коллекционных Барби оказало существование интернета. Дело не только в подписке, принимаемой компанией через официальный интернет-клуб, но и в существовании интернет-аукционов, в частности, самые разные Барби постоянно выставляются на аукцион E-Bay. Теперь счастливый обладатель кукол, которые хоть чего-то стоят в глазах коллекционеров, не должен подолгу искать тех, кто поможет ему пристроить старинных красавиц, да и в целом повышается динамика продаж, расширяется географический охват, возникает возможность совершения быстрых и надежных сделок. До появления интернет-аукционов аукционные торги по Барби фактически не проводились, разве что самая первая модель могла быть лотом в каком-нибудь не слишком роскошном мероприятии, теперь же они стали элементом повседневности для западных коллекционеров.

Некоторые винтажные Барби стоят очень дорого: в частности, если вам удастся добыть куклу самого первого тиража 1959 года, вы, в зависимости от ее состояния, можете выручить от тысячи до нескольких тысяч долларов. Очень высоко ценятся куклы, вышедшие ограниченным тиражом и не поступавшие в продажу вообще, например: уже упомянутая мной Pink Splendor, созданная для празднования 30-летней годовщины Барби, или кукла, приуроченная к Венскому балу 2004 года. Коллекционеры готовы много выложить и за первых кукол тех или иных серий, например, первая Harry Holidays сейчас оценивается в 500 долларов, что, впрочем, не слишком много по сравнению с некоторыми новыми куклами работы Мэки, цена которых на момент поступления в магазины составляла 900 долларов США. Едва ли не главным критерием при оценке стоимости куклы является ее состояние, для характеристики которого разработана целая специальная шкала: от C—1 до C—10. C—10 фактически означает нетронутую куклу, по возможности никогда не покидавшую фабричной упаковки. C—1 может означать очень сильно поврежденную куклу или даже часть куклы, например только голову или тело, лишенное нескольких органов. Коллекционеры любовно называют таких кукол "very loved" ("куклами, которых очень сильно любили"), деньги за них платятся не слишком большие, даже если эти куклы очень старые или принадлежат редким сериям.

Насколько мне удалось понять, общеизвестных экспертов, к которым обращаются для оценки той или иной винтажной Барби, все-таки не существует, но есть методы, которыми сами коллекционеры определяют принадлежность куклы к тому или иному периоду. Во-первых, все Барби, выпускавшиеся «Маттел», имеют особую маркировку, что сильно облегчает задачу. Во-вторых, на теле куклы (обычно на попе) выбито слово «Маттел» и дата. Важно, что это не год выпуска куклы на рынок, а год создания ее прототипа: например, на огромном числе кукол написано «66», что часто вводит профанов в заблуждение. С 1965 года «Маттел» начала дополнительно маркировать головы кукол, обычно ставя клеймо ближе к затылку или где-нибудь за ухом. Существуют каталоги с фотографиями и таблицы описаний кукол. Например, самые первые Барби в них описываются так: "Номер 1: 1959, исходный вариант, белые белки глаз, голубая подводка глаз, дырки в ногах. При старении материал, из которого сделано тело, белеет. Номер 2: 1959, белые белки глаз, голубая подводка, тело белеет при старении... Номер 5: 1961, легкая, с полым телом и новой текстурой волос" и т. д. Если даже после сверки с каталогом коллекционер испытывает сомнения по поводу приобретаемой куклы, он может обратиться к кому-нибудь из коллег-собираателей или друзей по форуму. Обычно коллекционеры не отказывают друг другу в просьбе осмотреть ту или иную куклу с

целью определить ее подлинность.

Нужно сказать, что сообщество коллекционеров Барби вообще оказывается на поверку очень теплым и доброжелательным. Под несколькими псевдонимами я официально участвовала в разных официальных и неофициальных форумах, посвященных Барби, на протяжении более полутора лет. Это открытая и дружелюбная среда: в подавляющем большинстве случаев здесь готовы оказать поддержку, в том числе и в вещах, совершенно не связанных с коллекционированием кукол. Здесь с удовольствием делают друг другу подарки. Так, время от времени кто-нибудь предлагает устроить «своп» (swap) — специальную игру, в ходе которой организатор делит всех записавшихся участников на пары и предлагает им переодеть ту или иную Барби друг для друга по определенным правилам. Обычно игроки не знают, кто их партнер по игре, что делает сюрприз еще интереснее и неожиданнее. Не так давно я наблюдала, как происходит своп, в ходе которого нужно было переодеть Барби из серии "Принцессы мира" в какой-нибудь из городских костюмов коллекции "Барби-Миллисент-Робертс". После переодевания нужно было подобрать или сделать для куклы особые аксессуары, причесать ее и вообще украсить на свое усмотрение, а затем переслать через организатора своему «напарнику» по игре. Некоторые участники тратили на оформление такой уникальной игрушки несколько дней, и все, кто записался на своп, делились своими впечатлениями от процесса работы и своим нетерпением в ожидании отправления и получения подарков.

В этой среде всегда можно попросить совет и получить его, здесь миролюбиво обсуждаются те или иные проблемы, связанные как с жизнью самой куклы, так и с жизнью ее собирателей. Большинство коллекционеров — отъявленные «маттелисты»: они поддерживают компанию-производителя Барби и испытывают к ней довольно сильную благодарность. С момента появления официального клуба коллекционеров в 1997 году отношения компании и собирателей Барби становятся все теплее. Сами коллекционеры считают, что компания прислушивается к их мнению, и, скорее всего, они совершенно правы: в конце концов, именно эти люди и формируют для «Маттел» рынок коллекционных кукол. Несколько наиболее известных и ответственных коллекционеров входят в комитет, действительно имеющий право голоса в переговорах с представителями компании. Кроме того, «Маттел» раз в год проводит официальные съезды и встречи коллекционеров. Здесь собиратели куклы в самом непринужденном духе общаются друг с другом и своими кумирами: дизайнерами, маркетологами, составителями серий. На таком съезде можно демонстрировать свои коллекции, участвовать в конкурсах по созданию собственных Барби, придумывать новые слоганы для куклы, обсуждать самые разные проблемы в ходе круглых столов и, естественно, общаться с представителями компании на темы будущего коллекционных кукол. Такое сотрудничество приносит свои плоды — скажем, возникновение серии " Barbie Fashion Model" коллекционеры относят к своим заслугам, — это, мол, они давно требовали от компании создать Барби, которая была бы просто fashion doll и не имела никакой дополнительной идентичности.

В этой среде существуют свои знаменитости, например Майкл Осборн из Эппл Вэлли. Свою первую Барби он получил в шесть лет, в 1967 году, — это была " Twist & Turn Barbie", самая первая маттеловская кукла с гибкой талией. Осборн объясняет, что, к счастью, желание мальчика играть в куклы не тревожило его родителей. Более того, они помогали ему собирать коллекцию, давая советы и деньги на приобретение новых Барби. Сегодня коллекция Осборна насчитывает несколько сот кукол, среди них — весьма редкие вариации, например провалившаяся в рыночном отношении «Скиппер-растет», которой можно было выкручивать руку, чтобы кукла становилась выше, приобретала более полную грудь и более тонкую талию. Сам Осборн объясняет, что он уже перерос собирание самих Барби и теперь собирает их фабричные прототипы и редкие аксессуары, надеясь в один прекрасный день открыть "Музей Барби".

Интернет-сайты, объединяющие тысячи коллекционеров из десятков стран делают сообщество поклонников Барби вполне связанным и сплоченным. Здесь публикуют новости и аналитические статьи, проводят опросы, печатают интервью с известными коллекционерами и экспертами — сотрудниками «Маттел». Здесь предъявляют свои "Списки священного Грааля", т. е. личные списки кукол, которых коллекционер ищет и не может найти, в надежде на то, что кто-нибудь обладает желанными сокровищами и согласится продать их или обменять на что-нибудь. Здесь же дают многочисленные советы — как чинить поврежденных кукол и их одежду, как показывать товар лицом, как предохранять Барби от вредных воздействий воздуха или тепла, как лучше осуществлять обмен и приобретение новых кукол на вторичном рынке и т. д. Некоторые советы относятся к образу жизни самих собирателей Барби. Меня очень тронул документ, датированный 2002 годом и представляющий собой сборник рекомендаций на тему того, как коллекционер может пережить текущий экономический кризис. Среди прочих советов — предложение не отказываться от своего хобби, а просто тщательнее продумывать коллекцию и приобретать только необходимое, "а если вы остались без работы и не можете себе позволить даже этого — приобретайте только одежду и аксессуары или постарайтесь

получить максимум удовольствия от уже существующей у вас коллекции. Расставляйте ее по новому, переодевайте своих кукол в уже существующие костюмчики, меняйте им прически — и думайте о том, как именно вы собираетесь расширять свою коллекцию в будущем, когда трудные времена минуют".

Что заставляет взрослых людей коллекционировать Барби? Наиболее наивный ответ — "Коллекционная кукла — это удачное вложение денег" — явно не работает хотя это соображение и способно послужить хорошим дополнительным стимулом для начала собирания коллекции: например, всего месяц назад мне позвонила коллега и рассказала, что десятилетняя дочь ее друга решила собирать Барби. Они начали с привезенной из Германии двухсотдолларовой модели работы Мэки, и теперь девочка вполне серьезно интересуется в интернете тем, как цены на коллекционных Барби изменяются с годами, надеясь, что в некий момент коллекция станет для нее не только предметом гордости, но и хорошим способом вложения капиталов. Но все-таки, подлинные любители превращать объекты в деньги и наоборот, конечно, не выбирают для себя кукол Барби, предпочитая драгоценности или, скажем, коллекционное оружие. Чтобы заинтересоваться именно Барби, нужны дополнительные мотивы, например уже упоминавшаяся мною ностальгия по детству. Еще более простой мотив — сохраняющееся у многих взрослых желание поиграть в кукол (кстати, большинство коллекционеров Барби, едва ли не 90 %, - женщины). У взрослого человека может быть для этого тысяча причин: кто-то расслабляется, возвращаясь во времена счастливого детства и получая иллюзию утерянного с тех пор чувства безопасности, кто-то, наоборот, стремится наиграться с Барби, потому что в ранние годы не имел такой возможности, кто-то использует кукол для проигрывания вполне взрослых жизненных ситуаций (Барби подходит для этого лучше, чем какой-нибудь пупс) и для выражения собственных эмоций — словом, точно так же, как ее используют дети.

Очень часто коллекционеры Барби ведут сложную двойную игру с окружающими и с самими собой. С одной стороны, они пытаются убедить всех, и себя в том числе, что Барби для них — просто красивый предмет, аккуратно стоящий на полочке. С другой — в среде, где коллекционеры чувствуют себя в безопасности, например на специальных форумах, где все свои, они позволяют себе говорить о том, что их отношение к кукле куда сложнее, чем они обычно готовы признавать. Их Барби зачастую обладают «характером», «индивидуальностью», причем, естественно, каждая кукла — своим. С этой Барби можно поговорить в трудную минуту, та Барби не может носить одежду другой Барби, потому что она ей "не идет" (имеется в виду, конечно, не несоответствие между, скажем, стилем одежды и фэнтезийными прической и макияжем, а несоответствие характера куклы и предлагаемого наряда), третья Барби — хитрюга и "имеет свои секреты"... Я была поражена, когда узнала, что для многих коллекционеров их хобби является не только источником удовольствия и гордости, как это обычно бывает с коллекционерами, но и постоянной причиной для сомнений, рефлексии и даже стыда. Не так давно на одном из официальных форумов обсуждалась следующая тема: "Признаетесь ли вы окружающим, что коллекционируете Барби?" На несколько уверенных «да» пришлось около двух десятков уклончивых ответов или однозначных «нет». Многие говорят, что в их тайну посвящены только близкие родственники и очень близкие друзья (я была поражена, услышав это признание от одной из постоянных активисток форума). Одна участница дискуссии рассказывает, что готова поддерживать тему Барби только с теми людьми, в которых она уверена, хотя ее семье все известно. "Один раз, — продолжает она, — я затронула эту тему в разговоре с приятельницей, и ей показалось, что это даже мило, но обычно я не завожу подобных разговоров сама". Многие встречают сопротивление даже со стороны семьи: одна женщина средних лет жалуется, что никому не признается в своей страсти, потому что ее собственная мама считает, что это "глупость и разбазаривание денег": "Будучи взрослым человеком, я знаю, что имею право самостоятельно принимать решения и делать все, что захочу, но я все равно не готова говорить о своей коллекции с кем бы то ни было". Другое высказывание: "О том что я собираю Барби, знает только моя семья. Мои друзья сочли бы, что это глупо, они считают, что Барби — развлечение для младенцев, в то время как на самом деле это вовсе не так. Я была бы рада перестать прятаться, но я знаю, что надо мной будут только смеяться". Еще одна девушка рассказывает, что ей всегда приходилось прятать своих Барби в шкаф, а не гордо выставлять их на всеобщее обозрение, потому что как только она собиралась поиграть с какой-нибудь из кукол своей коллекции ее брат подкрадывался и говорил: "Ты понимаешь, что ты взрослая женщина, а играешь с Барби?", или даже "У меня для тебя есть специальная белая рубашка, с кучей блестящих крючочков", или спрашивал, покрывает ли ее медицинская страховка психиатрическую помощь. Девушка объясняет, что теперь она выработала особую модель поведения: каждый раз, когда ее брат «подкрадывается» к ней, она делает вид, что "заново расставляет своих кукол или просто сметает с них пыль"...

Многие коллекционеры говорят, что об их увлечении знают все, кто знаком с ними самими. Одна дама, работающая в компании по сбыту одежды, каждую неделю приносит в офис очередную куклу, и многие коллеги и заказчики оказываются настолько впечатлены роскошными нарядами

Барби, что готовы даже прослушать короткую лекцию о знаменитой пластиковой красавице. Но вот другая участница форума рассказывает, что она не готова признаваться в своем хобби кому бы то ни было и скрывает наличие у себя коллекции из более чем ста Барби. Она объясняет это тем, что у людей есть определенный образ ее самой, и она должна соответствовать этому образу "хотя бы по тому, что служила в армии и вообще вполне себе начальник". На том же форуме еще одна девушка делится опытом "выхода из чулана". Началось, по ее словам, с того, что ей надоело скрываться, и в один прекрасный день она решила, что расскажет о своем хобби всем своим сотрудникам. Ее попросили принести нескольких кукол в офис, и на протяжении нескольких недель она приносила с собой по две коллекционные куклы в день, чтобы показать их своему боссу и другим коллегам. Девушка гордо рассказывает, что куклы всем очень понравились и теперь к ее хобби относятся с уважением. Кое-кто из коллекционеров указывает, что стоит просто упомянуть о коллекционировании Барби, и люди начинают смотреть на тебя косо, но если тебе удастся завести такого скептика к себе в дом и показать ему коллекцию, он не может сдержаться и начинает восхищаться красотой твоих кукол. Еще одна женщина рассказывает, что в 2000 году, когда высший суд заставил Гора отказаться от участия в президентских выборах, она пришла на работу в черном платье и черной шляпке в знак траура. С собой она принесла одну из своих Барби, тоже в черной шляпке и под черной траурной вуалью. Демарш девушки так развеселил весь офис, что ее статус коллекционера был полностью легитимизирован. Один из немногих мужчин на форуме рассказывает, что благодаря Барби он получил свое нынешнее рабочее место. Еще во время самого первого интервью он рассказал будущему боссу, что собирает Барби, и босс был так впечатлен искренностью кандидата, что решил принять на вакантное место именно его. В той же дискуссии — признание еще одной участницы форума, рассказывающей, что она прятала свою коллекцию от чужих глаз на протяжении многих лет, потому что в молодости ей было слишком важно, что подумают другие, а отказаться от Барби она не могла, потому что очень любила "своих девочек". "Теперь, — говорит девушка, — я горжусь своей коллекцией и горжусь тем, что у меня есть хобби. У большинства людей ничего подобного в жизни нет". Четырнадцатилетняя девочка признается, что "никому не рассказывает о своей коллекции, потому что мои друзья превратили бы мою жизнь в ад" (на форум, кстати, обычно не допускаются люди младше восемнадцати лет, и после того, как эта юная участница назвала свой подлинный возраст, ее счет был закрыт). Наиболее впечатлившее меня признание звучало так: "Да, я тайный коллекционер, я никому не рассказываю о том, что собираю Барби, потому что я мужчина. Хватит с меня и того, что я гей и должен выносить все соответствующие тяготы. Если бы я еще и рассказывал людям о своей коллекции Барби, то шепот за моей спиной только усилился бы. Впрочем, моя семья знает, что я собираю Барби, да и некоторые мои друзья-геи тоже в курсе. Под эту коллекцию у меня отведена специальная комната — ради ее создания я объединил два с половиной гаража. Эта комната заполнена от пола до потолка — у меня более двух тысяч Барби, ее друзей и приятелей. 75 % из них до сих пор хранятся в коробках, остальные размещены в специальных стеклянных дисплеях, особенно все дорогие коллекционные куклы. Те, кому довелось войти в мою кукольную комнату, были поражены и говорили, что она прекрасна. Я люблю своих Барби и искренне хотел бы, чтобы в эту комнату входило больше людей".

Наличие стабильного рынка коллекционных Барби, постоянный рост числа коллекционеров, их серьезное отношение к своему хобби и лояльность к производителю лишней раз демонстрируют масштаб феномена Барби. Именно ее способность быть гораздо больше, чем просто куклой, делает ее привлекательной в глазах взрослых людей, пусть даже эти взрослые люди очень часто используют своих коллекционных Барби для совсем детских игр (например, переодевают их к конкурсу Мисс Мира и смотрят конкурс вместе со всеми своими Барби, убирая их из игры по мере того, как некоторые участницы настоящего конкурса выбывают из состязания). Именно благодаря взрослому интересу к этой кукле и готовности коллекционеров тратить свои кровные деньги на дорогих разряженных красавиц «Маттел» смогла создать наиболее знаменитые и впечатляющие вариации Барби и привлечь к работе над куклой выдающихся дизайнеров современности, превративших кукольные платья в произведения высокого искусства. Если бы не взрослые коллекционеры, влияние Барби на наш мир оказалось бы неизмеримо меньшим, чем оно есть сегодня.

Некоторым образом отношение взрослых коллекционеров к Барби является квинтэссенцией отношения к этой кукле взрослых людей вообще. Барби вызывает сильные эмоции, Барби требует близкого рассмотрения, Барби представляет собой объект, с которым нужно считаться, и отношение к этому объекту всегда остается двойственным. В следующей главе, говоря о еще одной категории взрослых, чьи мысли часто занимает Барби, т. е. о художниках, использующих ее образ в своих работах, я попытаюсь продемонстрировать видящуюся мне близость взглядов этих двух взрослых категорий любителей Барби по целому ряду параметров, и главным из параметров является твердая уверенность в том, что Барби — это все-таки не "просто кукла".

Глава 16. ГРОШОВАЯ ГАЛАТЕЯ: БАРБИ И ИСКУССТВО

Если бы Барби была "просто куклой" для нас, взрослых людей, она наверняка не оказалась бы самой избитой темой для художественного высказывания в мире. В этом плане Барби могут, кажется, перещеголять только Бог и смерть. Для современного искусства с его конъюнктурностью и любовью к поп-арту Барби в последние полтора десятка лет стала играть роль небесной манны, господнего дара для всех, кому не лень нагнуться и подобрать то, что лежит буквально у него под ногами. Едва ли не любой художественный проект, в котором задействована Барби, фактически обречен на внимание прессы и хоть какой-то успех. Достаточно раздеть эту пластиковую красавицу догола и поместить посреди какой-нибудь галереи, как мы получаем имитацию острого социального высказывания. Имитации эти по большей части нелепы, грубы и беспомощны: редко кому удается выбраться за пределы нескольких избитых приемов и навязчивого муссирования набивших оскомину штампов.

Что делает Барби настолько привлекательной для художников и псевдохудожников в течение столь долгого времени? Мне видится, что существует несколько причин такого пристального внимания, и первой и главной из них является узнаваемость куклы в сочетании со спорностью ее образа и неутрачиваемыми дебатами о ее вреде или пользе для человечества. В западном мире едва ли найдется человек, у которого не было бы своего мнения по поводу куклы Барби, что позволяет художнику вступить в контакт со зрителем задешево, не утруждая себя необходимостью прилагать усилия для введения его в созданный образ или для подготовки к восприятию той или иной концепции. Периодически мне начинает казаться, что для современного искусства Барби — это что-то вроде полуфабриката. Ей можно пользоваться по принципу "просто добавь воды", что художники с удовольствием и делают, добавляя некоторое количество воды в описание проекта, заменяя одно платье куклы на другое, запихивая ее во что-нибудь максимально неудобное вниз головой и получая в результате дешевый быстрорастворимый продукт для массового потребления. Дополнительным плюсом при таком подходе к объекту являются те смысловые нагрузки, которые Барби несет сама по себе и которые обсуждались на протяжении всей книги. Эти смысловые нагрузки создают стройные сильные образы, автоматически приписываемые кукле, и попытки нарушить этот образ сами по себе становятся художественным приемом. Образ Барби, с одной стороны, настолько идеален, что вызывает жажду разрушения, схожую с желанием рано или поздно вывести из себя вечно улыбающегося и нарочито дружелюбного человека. С другой — идеальный мир Барби пестрит смысловыми дырами. Его ярко разукрашенный фасад наводит на мысль о совсем не идеальной жизни, творящейся за стенами розового дома мечты. Художники и поэты всю используют это свойство мира Барби, пытаясь так или иначе заполнить смысловые ниши реалистичными подробностями из жизни самой куклы, ее друга Кена и их приятелей. Кроме того, очень часто куклы Барби попадают в тот или иной художественный проект не в качестве самих себя, а в качестве того самого универсального символа женщины, о котором шла речь в главе про Барби и гендер. Когда надо нехитрым образом изобразить женское начало на доступном непринужденному зрителю уровне, Барби выдвигается вперед в качестве безотказного боевого слона. Таким образом художник часто убивает двух зайцев, получая в нагрузку к собственным образам весь спорный — и этим ценный в данном контексте — социальный багаж Барби.

Дополнительным удобством для тех, кто использует эту куклу в качестве художественного материала, является формат подачи Барби, разработанный «Маттел». В рамках этого формата личность и характер куклы, как уже говорилось, определяют ее одежда, атрибуты внешнего вида и аксессуары. Соответственно художник волен использовать Барби как болванку, которую можно расписывать и переодевать по-своему, получая при этом возможность представить миру любые интересные ему «характеры» и «типажи», что является одной из самых распространенных, нехитрых и популярных в творческой среде форм «Барби-арта». Все это в сочетании с красочностью и яркостью самой куклы и ее нарядов будоражит умы деятелей искусства и заставляет их порождать один за другим мало различимые художественные проекты посредством использования примерно десятка двенадцатидюймовых кукол и менее десятка расхожих приемов. По прочтении нескольких десятков стихотворений, посвященных Барби, и просмотре репродукций и описаний сорока с лишним художественных проектов, в которых использовалась сама кукла, мне удалось вычленивать семь основных приемов, используемых при создании "Барби-проекта". Список мой ни в коем случае не претендует не на полноту, ни на правильность, но сам по себе кажется мне довольно показательным.

Первый и главный прием, лежащий, как мне видится, в основе «Барби-арта» — это прием "образ против образа", контрадикция художественного произведения и "легального имиджа" Барби, создаваемого и тщательно оберегаемого компанией «Маттел». Рамки этого имиджа заданы так жестко

и так строго, что использовать подобный прием — дело совсем не хитрое; мало какой «Барби-проект» обходится без него. Идеальность Барби беспредельна. В книгах "Библиотеки Барби" постоянно повторяются фразы вроде "Скиппер, нам нужно не забыть воспользоваться кремом для загара!", "Молодец, Кристи, ты слушаешься старших!", "Ой, извиняюсь, я зевнула!" и им подобные. Естественно, такая идеальность сама по себе "просит кирпича". Соответственно в работах художников и поэтов, пользующихся методом "образ против образа", Барби предстает сексуально озабоченной, бессердечной, безразличной к близким, тупой, злобной, одинокой, испуганной — словом, ровно такой, какой ее «запрещает» видеть производитель. В итоге чаще всего перед нами оказывается плод разухабистой конъюнктуры, но изредка результат действительно производит сильное впечатление. Уже упоминавшийся мной художник Альберт Крудо, много работавший с темой Барби, создал очень обаятельный объект под названием "Какашка Барби":^[2] очень аккуратная, гладкая, блестящая ярко-розовая спиралька с кокетливо торчащим вверх хвостиком является, на мой личный взгляд, живой и симпатичной пародией на приторную идеальность Барби. Подчеркнутую идеализированную невинность Барби использует проживающая в Германии русская художница Ирина Нахова: в ее инсталляции, коннотирующей к "Богоматери с младенцем" Жана Фуке,^[3] Барби в символическом смысле подменяет собой Святую Деву. С тем же нарушением "легального образа" работает художник Сергей Терентьев: частью его проекта "Барбизона"^[4] стали подражания комиксам в официальном детском журнале «Барби». Обычно эти комиксы изображают саму куклу и ее друзей и подруг, занятых той или иной душеспасительной активностью, в то время как Барби и Кен Терентьева, продолжая изъясняться все тем же дистиллированным языком журнальчика, занимаются сексом друг с другом. Кстати, тема "Барби и секса", уже широко обсуждавшаяся в этой книге, бьет все рекорды популярности в мире «Барби-арта». Только ленивый еще не поставил бедную девочку раком. Художница Молин в свое время создавала трехмерные стенды (вроде тех, в которых коллекционеры выставляют сцены из жизни Барби), в которых куклы производства «Маттел» «разыгрывали» порнографические сцены в одиночку, по двое и большими группами. Японская художница Шинако Сато делала похожий проект, в рамках которого Барби провокативно позировала перед камерами, щеголяя специально сделанными для такого случая прорезями между ног.^[5] Американский художник Том Форсайт использовал для своих фотографий голых Барби, помещенных в те или иные кухонные принадлежности — от бокала для мартини до тостера и миксера.^[6] Правда, Форсайт объяснял, что в его ситуации, речь идет не о сексе а о том, как современная культура виктимизирует и подавляет женщин.

Здесь мы видим второй распространенный прием постоянно используемый творцами «Барби-арта», — прием "Барби = Женщина". В рамках этого приема Барби используется в качестве "женщины вообще" — восприятие, как уже говорилось, вполне распространенное в целом. В качестве "женщины вообще" Барби усилиями художников подвергается страшным унижениям и мукам — по идее, тем самым, каким подвергает настоящую женщину современное общество. Художники, пытающиеся посредством Барби выразить идею о женщине как жертве, намеренно или невольно попадают под влияние того факта, что Барби виктимна сама по себе: не та Барби, которая работает на восьмидесяти работах, ездит к морю с компанией из двадцати друзей и водит четыре автомобиля, а та Барби, которая продается в розовой коробке и которой можно отрывать голову, выкручивать руки, обстригать волосы и выкалывать глаза. Например, в проекте Barbie- Q (звучит как «барбекю», довольно расхожий и часто используемый каламбур) художниц Аннегрет Блейстейнер и Хейдрун Ваадт, готовящих из бедной Барби то запеканки с сыром, то еще какие-то кулинарные изыски,^[7] Барби, по словам самих авторов, естественно, символизирует какое-то там обращение с женщиной — при том что на самом деле речь, видимо, идет о сохранившемся с детства желании выдирать кукле ножки с подведенной под него концепцией.

Впрочем, нередко художники не утруждают себя созданием коннотаций и метафор, а выбирают путь нехитрой сатиры. Иногда эта сатира оказывается настолько лобовой, что сводит скулы, как, например, в песенке^[8] американской певицы Мэйр Уэйкфилд, где автор текста подробно рассказывает, что из-за своей первой Барби она перестала есть уже в шесть лет и маме пришлось объяснять ей, что "никто не может выглядеть, как Барби". Постоянно повторяющийся рефрен песни: "Садись к столу и ешь", а кончается весь шедевр словами: "Никто не может выглядеть как Барби, и если ты будешь пытаться, это тебя убьет. Лучше, прекрати попытки. Умирают миллионы девушек, так что, малышка, садись к столу и ешь". Не менее скучной в своей прямолинейности оказывается песня Кози Шеридан "Барби",^[9] уже цитированная мной раньше, с призывами к компании «Маттел» "сделать Барби, которая постоянно хочет в туалет, Барби, чье тело подчиняется законам гравитации, Барби, у которой проблемы с недержанием мочи и с волосами, растущими на лице" и т. д. (кстати,

тема обращения к «Маттел» с призывами сделать такую Барби или сядую Барби тоже является исключительно популярной).

Куда как реже кому-нибудь удается работать с темой Барби как социокультурного символа тонко и со вкусом. Мне кажется, социальная проблематика, связанная с Барби, хорошо разыграна, например, в стихотворении Марджи Пирси под названием "Барби",^[10] в котором Барби не упоминается вообще. Стишок рассказывает о девочке, которая росла, окруженная теми же куклами, какими окружены все девочки, а потом, в пубертатном периоде, стала часто слышать от одноклассников, что у нее большой нос и толстые ноги. Несмотря на то что она была здоровой, умной, сильной и талантливой девочкой, она начала чувствовать себя виноватой и старалась как-нибудь избавиться от своего большого носа и толстых ног. Кончилось тем, что она отрезала себе нос и ноги, и потом, видя ее в гробу, все присутствующие на похоронах говорили: "Ну разве она не красавица?" Можно сколько угодно спорить с мнением, высказанным автором, но элегантность решения у нее не отнять.

Еще один прекрасный, как мне кажется, пример: американская поэтесса Денис Дюхамель, которую я еще не раз буду цитировать, написала целую книгу стихов, посвященных Барби. Книга эта называется "Кинки"^[11] — «Странновато», "Не совсем прилично". Я была поражена, убедившись, что, несмотря на всю избитость исходной темы и замах проекта, подавляющее большинство текстов книги просто очень хороши. Среди них наиболее прямым высказыванием на тему отношений Барби и социума видится мне стихотворение под названием "Математика — это трудно" — одна из фраз, которую произносила говорящая Барби; эта фраза в свое время вызывала ярость у противников куклы и особенно у феминисток. Текст Дюхамель рассказывает о реакции общества на появление этой куклы (описывая, среди прочего, реальную историю о том, как пресса шутила на тему Барби и президента Буша: мол, не пытается ли «Маттел» таким образом поддерживать Буша-младшего, у которого, как известно, проблемы со счетом вообще и с экономикой в частности?). Стихотворение заканчивается словами: "Никто не знает, о чем Барби говорит на самом деле, но мы чувствуем, что она выбирает слова с той же тщательностью, с какой выбирает свой гардероб. Все подтянуто, подогнано по фигуре, дизайн всегда великолепен, и это заставляет нас чувствовать себя на половину при деле, наполовину не у дел".

Несколькими строчками раньше Дюхамель говорит, что в том году, когда Барби баллотировалась в президенты ("Барби-Кандидат-в-президенты" была выпущена в 1992 году) и проиграла выборы, "таблоиды засекли ее скупающей все подряд и объедающей мороженым под шоколадным соусом". Здесь нам демонстрируется — в наиболее удачном изводе — еще один излюбленный прием деятелей «Барби-арта»: "Живая Барби". Этот прием означает перенос Барби в реальную жизнь, представление ее уже не в качестве куклы, а в качестве женщины, которую эта кукла символизирует. Такой перенос позволяет не только как бы взглянуть на Барби и мир вокруг Барби глазами самой куклы, но и привнести в ее жизнь то, чего в ней по определению нет: страдание, смерть, боль, разочарование, насилие. Например, Линн Лившин, написавшая, как и Дюхамель, целый ряд стихотворений,^[12] посвященных этой кукле. Одно из них описывает, как Барби роется в книгах по медицине, пытаясь понять, что с ней не так. Она испытывает страшное разочарование, осознав, что ей уже тридцать лет и что ничего из того, что происходит с женщинами в тридцать лет, с ней никогда не происходило: у нее не было менструаций, она не занималась любовью, не рожала детей, не боролась с лишним весом или с лишними волосами на теле: "Я никогда не могла двигаться свободно, как они утверждали в 1975 году, я была полрой и вся в дырках. Просто предмет, который люди могут коллекционировать или терзать". В другом стихотворении Лившин рассказывает о Барби, которая сидит голой дома перед телевизором и наслаждается возможностью хотя бы в этот момент не скрывать дефекты собственной внешности, а именно — отсутствие пупка, кожу, которая пахнет резиной, и руки, которые может выворачивать из суставов любой покупатель.

То, что Лившин делает тонко и элегантно, совмещая в одном тексте черты, присущие Барби-кукле и переживания, присущие Барби-женщине, ее менее одаренные коллеги делают куда как более примитивно. Например, Давид Вилкокс поет песенку,^[13] в которой Барби прокладывает себе дорогу в реальном мире с помощью вибратора и доски для серфинга. Кстати, тема того же вибратора повторяется постоянно, может быть, пластик тянется к пластику, а может быть, причина в увлечении «Маттел» аксессуарами для куклы. Единственным известным мне примером, когда тема была разыграна со вкусом и тактом, говорящим об исключительном таланте автора, оказалось маленькое стихотворение из цикла Андрея Сен-Сенькова "Самое нижнее белье куклы Барби":^[14]

В наборе "Всё для Барби"
есть крошечный предмет,
чьё назначение не сразу понятно,

когда ты догадываешься,
зачем он здесь,
кукла,
вспыхнув,
резко выхватывает предмет
из твоих рук.

Другой пример такого же изящного перемещения Барби в реальный мир — еще одно стихотворение из того же цикла:

У последней модели Барби
такая нежная пластмасса,
что на ней
может остаться след от трусиков,
если,
конечно,
кукла
будет долго неудобно сидеть на чужих коленях.

Еще один прием, широко и часто используемый в поэзии или в изобразительном искусстве, когда речь идет о Барби: "виниловая кожа", т. е. экстраполяция особенностей ее физиологии на ее воображаемую жизнь. В одном из стихотворений Дюхамель рассказывает о Барби и Кене, решивших поменяться головами в качестве единственного доступного им опыта физического сближения. Дюхамель пишет, что "Кену хочется... оторвать у Барби одну ногу и засунуть всю руку ей внутрь", потому что ничего другого он не может сделать в силу отсутствия гениталий у обеих кукол. И уж совершенно, на мой взгляд, гениальным оказывается ход, использованный в стихотворении "Барби у гинеколога". Все стихотворение рассказывает о Барби как о нормальной женщине, проходящей обследование у гинеколога, и только к середине текста начинает проявляться возмущение куклы тем, что ее грудь не продавливается под шупом маммографа, и тем, что ее ноги не раздвигаются до конца. Она говорит, что она не может лечь в больницу — у нее нет подходящей ночной рубашки, — и отправляется путешествовать по миру, держа в руках крошечную копию книги "Наши тела — это мы сами" (реально существующий популярный труд об отношении людей к собственным телам):

...Эта книга распалает ее воображение:

каждая глава — лучший из образцов научной фантастики для кукол.

Впрочем, до таких тонкостей доходит редко. Большинство образцов «Барби-арта» паразитирует на прямой демонстрации уже разбиравшихся стандартных качеств, свойственных или приписываемых Барби. Для того чтобы выйти за пределы этого замкнутого круга, нужна, по меньшей мере, уникальная авторская оптика, как у той же Дениз Дюхамель, или талант уже упоминавшегося Андрея Сен-Сенькова, способного написать:

Под ее платьем
иногда
можно найти ту женщину,
из-за которой
потом
девочки
целуют мягкие лапки
игрушечных советских гинекологов.

Другой способ избежать традиционной скуки Барби-проектов — сохранение визуального ряда, связанного с Барби, при помещении его в совершенно новый контекст. Так поступила российская художница Екатерина Рождественская в своем проекте "Барби и Кены".^[15] Рождественская, к тому моменту уже сделавшая целый ряд успешных проектов, в которых российские знаменитости помещались в контекст высокого искусства (например, позировали для фоторабот, частично повторяющих классические картины старых и новых мастеров), продолжила работать с теми же моделями, но уже в формате поп-арт, не копируя никакие определенные вариации Барби, выпускаемые «Маттел», но сохраняя общее визуальное впечатление, какое получаешь от полки с Барби в магазине игрушек: яркие краски, чистые линии, ровные однотонные поверхности и китчевые аксессуары (по-прежнему ассоциирующиеся с Барби, несмотря на десятилетние попытки «Маттел» изменить вкус своей куклы к лучшему). Сама Рождественская объясняет, что ей "было интересно показать, какими разными могут быть хорошо знакомые публике люди". В качестве Барби и Кены известным певцам, композиторам, политикам, спортсменам, актерам иногда удавалось изобразить настолько дурацкое выражение лица, что им могли позавидовать даже самые неудачные образцы маттеловских кукол

середины 80-х годов. По ходу работы модели с энтузиазмом участвовали в создании собственного нового имиджа, принося с собой любимых Барби своих детей и одежду для них, фотографии из Барби-журналов и прочие объекты, так или иначе связанные с куклой и позволяющие лучше войти в образ.

Еще одним примером интересной работы с темой могут считаться некоторые работы уже упомянутого Альберта Крудо, автора целого проекта под названием "Пластиковая принцесса Америки". Некоторые экспонаты этого проекта являются крайне ординарными, например: Барби и Кен, запечатленные в момент гомосексуальных половых актов с другими Барби и Кенами, или серия фотографий, изображающая раздетых Барби разных лет и сопровождающаяся глубокомысленными рассуждениями о вечно меняющихся стандартах красоты. Но некоторые работы Крудо показались лично мне исключительно обаятельными, скажем, уже упоминавшаяся "Какашка Барби" или "Барби-Кровавое-сердце", инсталляция, и которой Крудо использовал оригинальную маттеловскую "Барби-Секретный-шкафчик", — я рассказывала о ней раньше. У этой куклы в середине груди располагается большое отверстие в виде сердца, закрываемое пластмассовой «дверцей» соответствующей формы. «Сердце» можно вынимать и прятать внутрь куклы какой-нибудь маленький девичий «секретик». Крудо изобразил Барби лежащей навзничь: пластиковое сердце вынуто из груди и по полу растекается лужа ярко-розовой крови. Другой объект работы того же автора — очень редкое высказывание на тему "Барби и смерть": мумия Барби, завернутая по словам художника, в «дизайнерские» бинты, лежит в деревянном саркофаге, на котором изображены вещи, окружавшие Барби в жизни, и, как и положено, призванные сопровождать ее в иной мир: доллары, плечики для одежды, цветочки, кошелечки и прочая кукольная мелочь. Кстати, Макс Фрай в свое время рассказывал, что прекрасный писатель Олег Постнов придумал и описал набор "Барби и смерть": гроб, свечи, саван, венки. Я, к сожалению, не смогла найти само описание, но идея кажется мне хорошей иллюстрацией к теме.

Ни в коем случае не стоит считать, что Барби является объектом приложения творческих усилий только для тех, кто считается или сам считает себя художником. Модифицирование, или, как еще говорят, «кастомизация» Барби, — исключительно распространенное хобби. В какой-то мере модификаторы Барби прямо противоположны коллекционерам: сама кукла не имеет для них ценности, и за редким исключением они предпочитают покупать самые дешевые модели, чтобы дальше распорядиться ими по своему усмотрению. Существуют онлайн-комьюнити и сайты модификаторов, где демонстрируют фотографии законченных произведений, просят совета для решения тех или иных технических проблем, связанных с превращением Барби в нового человека, или делятся собственным опытом, приобретенным в результате уже проделанных работ. В самых примитивных случаях модификаторы просто переодевают Барби, заново рисуют ей макияж и переделывают прическу, иногда сопровождая это каким-нибудь концептуальным комментарием, например: "Я сделал Барби, похожую на Кристину Агилеру в ее последнем клипе!" В более интересных случаях Барби придают схожесть с какими-нибудь известными персонажами (то же самое проделывает «Маттел» в своих специальных сериях, только выбор персонажей часто оказывается совсем другим): например, в период моникагейта я видела фотографию розовой коробки, внутри которой находилась кукла с завитыми темными волосами и укрупненными чертами лица; эта кукла называлась «Барби-стажерка». Еще чаще модификаторы придают Барби сходство с какими-нибудь мифическими персонажами, иногда с персонажами мифологическими: Барби-Афродита, Барби-Парка, Барби-вампириесса и т. п. В работе модификатора больше всего ценится полнота созданного образа, сходность этого образа с прототипом, если такой имеется, неожиданность решения, т. е. удаленность результата от официального образа Барби, и способность подковать блоху, т. е. сделать мелкие детали максимально впечатляющими. Еще ценится умение оснастить Барби неожиданными аксессуарами, максимально похожими на настоящие: так, на одном из аукционов E-Bay было выставлено около десятка миниатюрных баночек и коробочек, в точности имитирующих тюбики с настоящей зубной пастой, упаковки презервативов и пластыря, коробочки с гигиеническими салфетками и тампонами и баночки кремов для лица. Иногда результаты работы модификатора поражают воображение: не так давно я видела в одной из модификаторских комьюнити фотографию куклы, названной автором «Барби-Темный-ангел» — результата модификации оригинальной Барби серии My Scene с изначально крупными чертами лица, выполненными несколько в стиле «манга». За спиной "Темного ангела" развевались огромные крылья, сделанные из прокрашенных черным и красным птичьих перьев; ее черно-пурпурное платье было расшито блестками и бисером, на руках были высокие облегающие браслеты, волосы куклы модификатор выкрасила в "платиновый блонд" и дополнила облик «ангела» тяжелым, почти готическим макияжем. Эта исключительно красивая кукла, которую автор сфотографировала с воздетыми к небу руками, произвела на меня очень сильное впечатление, не уступающее впечатлению от наиболее роскошных коллекционных Барби работы "Маттел".

Модификация Барби является таким удачным способом проявления творческих способностей, что периодически ее предлагают сделать в качестве домашнего задания студентам художественных

или гуманитарных факультетов. Один такой пример я уже приводила, когда речь шла об образе женского тела; вот другой пример: в одном из художественных колледжей Китая примерно полтора года назад был проведен конкурс студенческих модификаций Барби (его выиграл студент, покрывший все тело куклы татуировками, — идея, вполне распространенная у модификаторов, — видимо, как в силу популярности татуировок в современной «альтернативной» моде, так и в силу удаленности татуированной Барби от пресловутого образа, создаваемого «Маттел». Правда, несколько лет назад Барби с клеящимися татуировками действительно существовала в продаже, но эти татуировки изображали ярkokрылых бабочек и розовые цветочки, а не змеев, черепа с костями и зэковские наколки).

Модифицирование Барби состоит из пяти основных видов наиболее распространенных изменений. Первый из них — «редрессинг», переодевание. В этом случае оригинальную одежду Барби заменяют костюмом другого стиля, сделанным вручную специально для создания того или иного образа или позаимствованным у других кукол. Шитье одежды для Барби является массовым хобби, способным увлечь и маленькую девочку, которой только что подарили ее первую Барби, и взрослого коллекционера. Некоторые делают пошивы одежды для Барби своей профессией: например, существует сайт, на котором все желающие могут закупать кукольную одежду ручной работы — от нейлоновых колготок до роскошных подвенечных платьев. Стоят такие вещи немало и приносят создателям довольно приличный доход. Очень часто девочки продолжают шить на Барби уже после того, как они перестают играть с самой куклой. Одна из моих корреспонденток рассказывает, что для нее Барби означала в первую очередь роскошные наряды, сшитые мамой. Самой корреспондентке уже основательно за двадцать, но мама шьет одежду для ее старых кукол до сих пор, и эти разодетые красавицы достойно служат украшению дома. Для любителей такой работы существуют справочники с замерами и выкройками; дополнительные выкройки часто публикуют специализированные журналы про Барби. Существует, помимо прочего, весьма известный сайт, где собраны замеры фактически по всем моделям Барби, выходящим в разное время: иногда, скажем, длина их рук на четверть миллиметра отличалась от длины рук предыдущих моделей, а иногда у них была немного иначе расположена талия и т. п. Хозяевами сайта все куклы были обмеряны с точностью до одной десятой дюйма, что дает возможность всем желающим шить идеально прилегающие, прекрасно сидящие костюмы.

Вторым по степени популярности методом преобразования Барби является «репейтинг» — перерисовывание черт лица. Для этого с оригинальной куклы удаляется акриловый макияж при помощи не содержащих ацетона средств для снятия лака с ногтей. После этого макияж все теми же акриловыми красками наносится заново. Репейтинг позволяет очень значительно изменять черты куклы (это видно на самих моделях, выпускаемых компанией «Маттел»: одна и та же форма головы часто лежит в основе совершенно разных персонажей), а также добавлять куклам какие-нибудь неожиданные элементы: слезы, кровь, татуировки и т. д. Третьей популярной практикой является «аксессуарайзинг» — снабжение кукол специально сделанными аксессуарами. Иногда это просто сумочки и шарфики, иногда уже упоминавшиеся тампоны и вибраторы, иногда атрибуты той или иной профессии.

Довольно редкой, но дающей прекрасный результат практикой модификаторов является процедура под названием «рерутинг» — замена кукольных волос. Например, недавно виденная мной изумительной красоты "Барби-Снежная королева", была, среди прочего, сделана посредством замены оригинальных волос куклы на тонкие белые перья. Чаще всего те, кого не устраивают волосы Барби, обстригают их под корень и делают кукле парик, но особо упорные модификаторы, стремящиеся к высокому качеству изделия, отделяют голову куклы от тела и посредством пинцета вынимают волосы из гнезд в макушке, заменяя их другими волосами или еще каким-нибудь материалом.

Обычно четыре перечисленные мной практики позволяют делать с Барби все, что угодно, однако есть талантливые люди, идущие гораздо дальше в своем стремлении создать оригинальное произведение на основе маттеловской красавицы. Я никогда не встречала подходящего термина, но мне кажется, что эту практику, по аналогии с предыдущими, допустимо называть «решейпингом», ибо речь идет об изменении общих форм куклы. Например, художница, присутствовавшая на форуме *rebel-barbies* под ником «floralba» (к сожалению, мне не удалось установить ее подлинное имя), широко пользуется возможностью нарушать целостность тела Барби. Одним из сделанных ею объектов является «Барби-Сирена» с телом русалки, т. е. с рыбьим хвостом вместо ног, причем использована не существующая у «Маттел» модель Барби-Русалочки, а самостоятельно сделанное тело. Кукла окружена маленькими мертвыми дельфинами — самым неожиданным аксессуаром, который мне когда-либо доводилось видеть. Следующей виденной мною работой того же автора стала «Барби-спрут». Здесь тоже использована только верхняя половина тела куклы, а нижняя заменена на лиловые щупальца, сделанные из «фимо» — легко застывающего цветного материала для лепки. У

Барби изменен макияж, волосы перекрашены в лиловый цвет, а само тело оклеено бисером и бусинами. Однако самой интересной, на мой взгляд, работой той же художницы стала «Барби-жук». Здесь от куклы оставлены только голова и руки, а фиолетово-розовое тело жука, расшитое бисером, со средними и задними ногами, заимствованными у реальных засушенных жуков, дает очень сильный сюрреалистический эффект. Некоторые модификаторы идут другим путем — они не отнимают у Барби части тела, а добавляют их, например создавая многоруких Барби. Инструкцию по добавлению рук я нашла на одном из тематических сайтов совсем недавно: в ней рассказывается, как проделать дырки в кукольном теле и как закрепить игрушечные руки так, чтобы они продолжали двигаться.

Иногда модификаторы идут еще более неожиданным путем: они вообще не изменяют самих кукол, но создают для них специальные «сеты», т. е. способы репрезентации: например, панорамы, которые ставятся у кукол за спиной и могут изображать хоть морское дно, хоть марсианский город. Иногда голая Барби оказывается лежащей на крыше машины, иногда две Барби держат в руках головы друг друга, а на одной из недавно продемонстрированных в соответствующей комьюнити фотографии Барби заснята бросающейся из окна.

Модифицирование — настолько важный и увлекательный аспект коллекционирования Барби, что пять лет назад официальный журнал коллекционеров — "Barbie Bazaar" учредил ежегодный конкурс под названием "Make-over Artist Award" и награждает участников со всех концов света в пяти категориях: знаменитость, вечернее платье, свадебный наряд, фантазии, национальный костюм и особые идеи.

Работы модификаторов, по большей части, остаются их личным хобби: за редким исключением эти люди не нарушают копирайтов компании «Маттел» и не используют своих кукол в коммерческих целях. На их творчество и на репрезентацию этого творчества в интернете компания «Маттел» смотрит сквозь пальцы, в то время как профессиональным художникам часто приходится туго. Все последние пять лет компания постоянно судится то с одним, то с другим деятелем искусства, искажающим, по мнению компании, образ Барби, или нарушающим копирайты, или чаще всего делающим и то и другое. Так, в 2000 году компания одержала победу над создателями фильма "Барби тоже бывает грустно".^[16] Аргентинская видеохудожница Альбертина Кэрри создала эту короткометражную ленту для мексиканского фестиваля "Urban Fest". В ней белокожая блондинка-Барби занимается любовью со своей темнокожей мексиканкой-домработницей. «Маттел» подала в суд на создателей фильма и потребовала запрета его показа несмотря на то, что в Бразилии фильм успели безо всякого скандала показать по местному телевидению. В тот раз «Маттел» заявила, что лента носит порнографический характер и вредит имиджу куклы. Однако эта победа компании оказалась одной из последних ее крупных побед. В том же году «Маттел» проиграла иск к уже упоминавшемуся мной художнику Тому Форсайту. Решение суда гласило, что Форсайт, помещающий голую Барби в духовки и миксеры, создал пародию на общеизвестный культурный символ и что его использование Барби находится в рамках так называемого "разумного использования" несмотря на тот факт, что часть фотографий Форсайта была успешно продана, а следовательно, художника можно было упрекнуть в коммерческом использовании продукта компании «Маттел». Фактически иск к Форсайту стал для американского суда прецедентным. Через некоторое время «Маттел» возбудила и проиграла еще одно дело, в котором преимущество, казалось бы, было полностью на ее стороне: художница Сьюзан Питт продавала через свой сайт сделанные вручную объекты под названием "Садомазохистская Барби", или "Барби из Подземелья".^[17] В этих коммерческих объектах Питт использовала не только само слово «Барби», но и головы от реальных кукол «Маттел», в частности от модели «Суперстар». Тела Барби с гениталиями, волосным покровом и сосками были выполнены самой художницей. «Маттел» потребовала 10 тысяч долларов компенсации за нанесенный ущерб и еще 1300 долларов компенсации за судебные расходы. Питт не стала нанимать адвоката, а решила представлять себя сама и подала в собственную защиту заявление о том, что ее Барби являются, во-первых, художественным проектом, а во-вторых, пародией на всемирно известную куклу. Судьи сочли это объяснение убедительным, и Питт получила право продолжать торговать своими Барби, закованными в цепи, одетыми в кожу и держащими плетки в руках. Судья Тейлор Суин заявил в ходе процесса, что изменения, внесенные обвиняемой, полностью изменили исходную куклу и что дело обстоит бы иначе, если бы обвиняемая, например, переодевала «Барби-Чирлидера» в другой костюм чирлидера и пыталась продавать их на том же рынке, на котором оперирует «Маттел». Таким образом, судья, по большому счету, провел грань между запрещенными и разрешенными модификациями Барби: "Сделайте куклу, которая не похожа на исходник и апеллирует к другой аудитории, и мы будем защищать ваши интересы". Фактически та же история повторилась годом позже, когда «Маттел» проиграла дело очень известной поп-группе «Аква», исполнявшей хит под названием "Barbie Girl".^[18] Клип пародировал привычный визуальный ряд гламурной жизни Барби и Кена, а слова песни звучали примерно так: "Я — девушка-Барби в мире Барби. Пластмассовая

жизнь совершенно прекрасна! Ты можешь расчесывать мои волосы или раздевать меня где угодно. Жизнь — это просто плод воображения". Суд заявил, что песня является пародийной, и поэтому никаких претензий у компании «Маттел» к группе «Аква» быть не может. Ряд других, менее серьезных и менее шумевших исков компании «Маттел» к художникам и исполнителям провалился, что неплохо иллюстрирует позицию закона по подобным вопросам как таковую. Эту позицию можно попытаться сформулировать так: Барби перестала быть в чистом виде продуктом компании «Маттел», она стала символом, имеющим исключительное значение в рамках современной культуры. Никто не может запретить пародировать это символ или использовать его как часть художественного проекта.

Следует полагать, что Барби еще не один год будет являться объектом пристального внимания художников, и не исключено, что в ближайшее время компания «Маттел» поступит с ними так же, как в свое время поступила с коллекционерами, т. е. объявит их совершенно особой целевой аудиторией и, вместо того чтобы бороться с художниками, напрасно тратя деньги и нанося ущерб собственному имиджу, начнет прикармливать их: устраивать выставки, проводить конвенции и награждать особой премией тех, кто отличится на ниве воспевания образа Барби. Как коллекционеры своими советами и участием в устраиваемых «Маттел» мероприятиях помогли компании окончательно сформировать собственный рынок модных кукол для взрослых, так и художники могут при правильном обращении с ними решить для компании другую задачу, а именно помочь ей жестче контролировать образ своей куклы в массовом сознании, хотя бы путем поддержки тех художественных проектов, которые угодны компании.

Но в то же время не исключено, что защищенная законом Барби теперь частично потеряет свою привлекательность в глазах художественной общественности. Если «Маттел» перестанет подавать иски против художников и поэтов, медийный резонанс проектов, связанных с Барби, понизится. Мне кажется правильным полагать, что современному искусству это пойдет только на пользу: может быть, конъюнктурщики начнут искать других легких путей отвоевать свое место под солнцем и оставят Барби тем, кто действительно заинтересован в этой теме и готов работать с ней всерьез.

В рамках проекта "Культура повседневности" в связи с выходом настоящей книги издательский дом "Новое литературное обозрение" совместно с галереей художественного фонда « RuArts» провели выставку «Барбизона» (куратор Георгий Никич).

анонимный автор

Юрий Аввакумов

Виктор Алимпиев

Сергей Бугаев-Африка

Константин Батынков

Александр Виноградов & amp; Владимир Дубосарский

Александр Захаров

Ирина Корсакова

Владислав Мамышев-Монро

Викентий Нилин

Николай Олейников

Георгий Острецов

Мюриель Руссо

Ростан Тавасиев

Сергей Терентьев

Леонид Тишков

Елена Уланцева

Катя Филиппова

Дмитрий Цветков

Сергей Шутов

Владислав Мамышев-Монро. Барби, 2005

Фото: Владимир Райтман

Ирина Корсакова. Кукла с жемчугом, 1992, 60x80, холст, масло

Елена Уланцева. Куклы не плачут, 2005, фотография

Катя Филиппова. Триумф Барби (объект желания), 2005, 130x90, смешанная техника

Александр Виноградов & amp; Владимир Дубосарский Из серии «Барби», 130x100, холст,

масло

Из серии «Барби», 2005, 200 x 80, см. техника

Из серии "Другие и Барби", 1998, цв. Фото.

Сергей Шутов. "Вторжение: лояльность, адаптация, реальность", 2005, инсталляция

В.Нилин. Полая женщина, объект + перформанс (специально для выставки "Барби-зона").

Викентий Нилин (р. 1949) — скульптор, потерявший в 1966 году в результате аварии на лесопилке кисти рук и с тех пор создающий свои произведения при помощи зубов.

"Полая женщина" представляет собой "проект в прогрессе". С 5 по 10 декабря 2005 года приуроченной к сессии Генеральной ассамблеи ООН в Нью-Йорке, продолжит работу над изготовлением скульптуры. 20 декабря в день закрытия выставки законченная скульптура будет передана в дар галерее.

На фото В. Нилин за работой

Фото Т. Мыльниковой, 1994

Юрий Аввакумов, Кукарача, 1995, объект

Мюриель Руссо-Овчинников Проект "Истории в коробках", 2005, объект

Виктор Алимпиев "Is it yours?", 2005, 2 17

Николай Олейников Разум и чувства (кабинка для одного, вход бесплатный)

Леонид Тишков

Никодим, 2000

Видео, DVD, 6:00 мин

Музыка: Products

Александр Захаров Wow, 2005, 55x100, смеш. техника

Ростан Тавасиев

Шубка (эскиз скульптуры), 2005

Ростан Тавасиев

Шубка, 2005, 67 x 26 x 18, смеш. техника

Заяц меняет белую шубку не на серую, как раньше, а на розовую. По последней моде.

Спрятаться от врагов в розовой шубке сейчас куда проще чем в серенькой.

Георгий Острецов

Спорт против наркотиков, 180x200, холст, акрил, рама — литая пластмасса

Дмитрий Цветков

Гробы для Барби (эскиз объекта), 2005

Проект «Барбизона». 2000–2002

Сергей Терентьев

перформансы, видео, живопись, объекты

Виталий Голубев — фото

Письмо к Барби

Дорогая, как упоительно наблюдать за тобой, заокеанской красоткой. Вот она мечта о прекрасной, беззаботной, счастливой жизни, полной успеха денег и славы. Барби, как много в этом звуке... Море, солнце, молодость, здоровые зубы. Хочется подобраться поближе и погреться в розовых лучах твоего сияния. Правда, за ним мало, что видно — лишь миражи иной непрожитой жизни. Хочется не только приблизиться, но и обладать, жить с тобой. Долго-долго, так чтоб на твоём идеальном личике проступили хоть и хорошенькие, но все же человеческие черты. Появились нормальные ноги и всё остальное, конечно, тоже. Поселиться бы с тобой где-то здесь, у нас, научить курить, пить водку, жить на 30 баксов в месяц, ходить по нашим заплеванным улицам, вонючим подъездам. Я научу тебя жить по-нашему. Бог с ним, с нестареющим телом и пустым блеском глаз. Я наполню их сомнениями, отчаянием, а может быть, удастся — и маленьким горем. Пусть ты побудешь немножко нами, станешь понятней, роднее... Дорогая! На кого ты стала похожа? Помнишь, ты любила Кена, а я любил тебя?

Прошай

Твой Сергей

Часть IV. БАРБИ В РОССИИ

Глава 17. ОДНА ШЕСТАЯ ЧАСТЬ БАРБИ

Отношения американской пластиковой принцессы с Россией, да и вообще, по видимости, с большинством стран бывшего соцлагеря, носят совершенно особый характер. Здесь не имеют значения очень многие из тех факторов, которые делают Барби популярной на Западе и в Европе, например: ностальгическое отношение к этой кукле представителей старшего поколения, имитация компаний

«Маттел» реальной жизни в окружающем детей мире и другие вещи, на которые «Маттел» всегда делала и по-прежнему делает особую ставку. Из сорока шести лет своей жизни Барби провела в России всего 15, первые маттеловские куклы появились в официальной московской продаже в начале 90-х годов. Можно говорить о том, что за эти 15 лет у Барби в России сложилась вполне нетривиальная рыночная ситуация, в чем-то совсем уж уникальная, в чем-то схожая с ситуацией, существующей, скажем, в странах третьего мира. Например, действующий и в западных странах фактор престижности обладания Барби в России имеет едва ли не превалирующее значение по отношению ко всем остальным возможным факторам. Тому может быть несколько причин, но главными мне видятся две: относительная дороговизна куклы и исторически сложившееся отношение к ней.

Дело в том, что и в России имеет место родительская ностальгия по Барби, но ностальгия эта устроена совершенно иначе, чем, скажем, в Америке. Для тех, чьи дети сегодня играют с Барби, сама кукла символизирует не то что было в их собственном детстве, а то, чего в их собственном детстве не было. В советскую жизнь информация о Барби проникала двумя путями: через «выездных» и через средства массовой пропаганды. Выездные, если не было жалко пяти долларов, привозили дочкам самые простенькие из возможных моделей Барби и взахлеб рассказывали об окружающей пластмассовую красавицу невероятной роскоши, выставленной на бесконечных витринах больших магазинов. Пропаганда давала примерно ту же информацию, но акценты в ней, естественно, были расставлены иначе: вместо восторга и изумления в голосе рассказчика звучал народный гнев: Барби представляла собой один из элементов американской угрозы, страшное идеологическое оружие.

Схема действия этого оружия была абсолютно прозрачной: капиталисты создают игрушку, которая навеки ставит ребенка в зависимость от роскоши и богатства. Пока ребенок учится капиталистическим идеалам, которые заставят его раскошелиться в будущем, родители вынуждены раскошелиться в настоящем, приобретая все новые и новые предметы кукольного мира, о которых не могла мечтать не то что советская кукла, но и в большинстве случаев нормальная советская семья, вроде стиральной машины с сушилкой, посудомоечного аппарата или моторного катера. Заметим, кстати, что тогдашние попытки заклеить Барби в советской прессе звучат слово в слово как сегодняшние проклятия антиконсюмеристов в адрес все той же бедной куклы.

Впрочем, в СССР Барби обличали не очень интенсивно. Дело в том, что от описаний достойной всякого порицания жизни маленькой пластмассовой богачки у советских детей не по-пионерски загорались глаза. Моя добрая подруга, журналист Таня Данилова рассказывает, что впервые прочитала о Барби в книжке какого-то советского американиста. Автор тяжело вздыхал о том, что бедные родители из рабочих семей вынуждены всю жизнь кормить этого пластмассового молоха, а иначе их дети становятся социальными изгоями. "На следующей странице, — пишет Таня, — была фотография этой куклы, стоящей на крыльчке своего дома, и у меня захватило дух... С фотографии сочился свет другого мира, вовсе мне не чужого. "Когда-нибудь я попаду туда, — решила я. — До этого рандеву Земля прочно стояла на трех китах и была едина, а существование Барби указывало на множественность обитаемых миров. Мне снесло голову от понимания того, что на других планетах, в том космосе, откуда родом эта девочка, тоже есть жизнь, — другая, совсем другая, и, может быть, лучшая..." Почти теми же словами описывает свое первое, тоже еще заочное знакомство с Барби филолог Елена Григорьева: "Вдруг становилось ясно, что где-то есть другая жизнь. Сегодня ее, эту жизнь, зовут «глянцевой». Тогда виделось иначе — как неуродливый мир. Становилось ясно, что такой мир существует не только в сказках. Возникла возможность иной жизни, возможность выбора, и становилось ясно, что быть женщиной означает не только грязь и слизь, но и неведомую эстетику, существующую где-то в другом мире. Это был культурный шок, как от открытия жизни на Марсе".

Красота — вот было главное слово, которым поколение бывших советских детей характеризует все, что тогда было связано для них с Барби и ее миром. Среди окружающих их игрушек не существовало ничего подобного, ничего похожего на Барби: грубый дизайн, примитивные одежды, приглушенные цвета советских кукол создавали такой сильный контраст с идеологически вредной американкой, что при контакте с ней дети от восторга и изумления забывали правила приличия. Одна из моих любезных корреспонденток Елена Умерова рассказывает о мальчике, чьи родители в конце 80-х отправили сына к ней на день рождения с новенькой Барби в руках. Придя на праздник, мальчик отказался отдавать имениннице такую прекрасную, яркую, красивую коробку. Ему было все равно, что внутри находится кукла, которой он совершенно не интересовался: дело было в несказанной красоте самого предмета, и уговорить его отдать подарок удалось с большим трудом.

На социальной шкале положение девочки, получившей в подарок Барби, оказывалось почти недостижимым. Еще одна моя корреспондентка, Полина Русакова, например, писала мне, что ее подруга очень хотела Барби, хотя совершенно не любила кукол и никогда с ними не играла; зато она была твердо уверена, что Барби сможет решить все ее социальные проблемы. Здесь не важно было иметь дорогую Барби, или коллекционную Барби, или Барби с массой аксессуаров, достаточно было

просто иметь Барби, иметь возможность принести в детский сад, в школу или во двор пятидолларовую куклолку в самом нехитром из всех маттеловских нарядов, и ты становилась королевой, милостиво разрешающей подданным дотронуться до символа твоего заморского богатства. Именно дотронуться: в советские годы с Барби играли крайне редко. Представить себе, что Барби можно безжалостно раздеть, переодеть, обкорнать под корень, разрисовать фломастерами и бросить в ящик с игрушками, как это делали почти все девочки западного мира, было невозможно. Очень часто родители запрещали дочерям вообще выносить Барби из дома — не дай бог, потеряется или поломается. Именно здесь, в советских квартирах, а не в домах неосмотрительных американцев, позволяющих капиталистам запудривать себе мозги, Барби превращалась в идола, в объект сознательного поклонения, восхищения и подражания. Возникал парадокс, который был бы не в силах предсказать ни один мудрый маркетолог компании «Маттел» и ни один мудрый автор газеты «Правда»: кукла, созданная для того, чтобы каждая девочка могла узнать в ней себя и строить по ней свою будущую жизнь, оказалась для советских детей сказочным персонажем, любовь к которому основывалась именно на абсолютной непохожести его ни на что виденное ими раньше и на уверенности, что их собственная жизнь никогда не будет похожа на жизнь Барби. Именно это отношение, видимо, и описывает еще одно стихотворение Сен-Сенькова:

Она мне никогда не снилась,
зато
снились страшные московские куклы
семидесятых
с их честными,
ничего не обещающими,
сросшимися пальцами.

В доперестроечную эпоху Барби можно было достать у спекулянтов: пятидолларовая кукла стоила от двадцати до сорока рублей. Однако в начале 90-х Барби начали появляться на российском рынке официально. Насколько мне удалось понять, первым наших детей познакомил с Барби журнал «Мурзилка», выходявший в те годы пятиmillionным тиражом. Барби представлялась как "американская подружка" советской девочки. Российская компания GV Accord Toys торговала Барби в "Детском мире" на Проспекте Мира. Одна кукла стоила 16 рублей — вполне солидные деньги. В интервью Валерии Селивановой, корреспонденту газеты "Большой город", одна из старших менеджеров компании рассказала, что сразу после открытия фирменного магазина Барби (через два года после появления первых кукол в "Детском мире") под Новый год завезли партию приблизительно в 3500 кукол К 26 декабря полки уже были пусты.

В том же интервью говорится, что в начале 90-х GV Accord Toys продавала до 27 тысяч кукол одного артикула в год. Однако с течением времени выяснилось, что Барби в России не так уж и популярна. Сегодня официальным представителем «Маттел» в нашей стране является компания под названием "Мир Барби". Если в первые годы своего существования компания пыталась открывать специализированные магазины, в которых шла бы торговля исключительно продукцией «Маттел», то сегодня в магазинах под розовой вывеской "Мир Барби" сами Барби занимают в лучшем случае два больших стеллажа: остальное пространство отдано под продукцию других производителей игрушек. Селиванова указывает, что по исследованиям Института товародвижения и конъюнктуры оптового рынка Москва покупает не более 65 000 Барби в год. Простая арифметика позволяет провести параллель: в самом обеспеченном городе России каждая девочка имеет в среднем не 8 Барби, как в Америке, и не 4, как в Европе, а 0,7 Барби (в Москве примерно 1.600.000 детей, отношение числа девочек к числу мальчиков, насколько мне удалось выяснить, — 13:10, — значит, в Москве примерно 904 тысячи девочек; в год каждой покупают $65.000/904.000 = 0,07$ Барби. Девочке дарят кукол на протяжении 10 лет — так мы и получаем 0,7. Подсчет никуда не годится, но сравнительный порядок цифр все-таки увидеть позволяет). Журнал «Барби» выходит тиражом 135 тысяч экземпляров. В книжном клубе "Барби в России" состоит около 30 тысяч девочек по официальным данным (при этом, кстати, на книгах "Книжного клуба Барби" стоит пометка "Тираж 20.000", хотя по правилам клуба каждая вступившая в него девочка получает все новые книги) — цифра, прямо скажем, ничтожная. Оставив в стороне сухую статистику, я могу поделиться собственным впечатлением: мне не удалось найти в России ни одного серьезного коллекционера Барби, т. е. человека, который бы подходил к составлению коллекции хотя бы в половину так серьезно, как к нему подходят американские коллекционеры. Сайтов, посвященных Барби, в сети фактически нет, не считая нескольких плохо сделанных и лишенных информации домашних страничек. На международных форумах коллекционеров и любителей Барби я ни разу не встретила активных участников дискуссии из России, да и просто зарегистрированных пользователей, у которых в графе "страна проживания" значилась бы Россия, мне встретились всего два или три человека.

О причинах такого скромного интереса к такой популярной личности можно говорить долго. В качестве причины номер один обычно указывают сравнительно высокую цену на Барби, особенно в сравнении с подделками, т. е. с другими 12-дюймовыми куклами. Причиной номер два часто считают настороженное отношение родителей к этому американскому идолу. В качестве третьей причины можно указывать нежелание российских потребителей приобретать именно тех Барби, которых «Маттел» выпускает наиболее широкими тиражами и на которых делает серьезную ставку, — Барби — представительниц разных профессий и Барби, предающихся разнообразным видам полезной активности вроде катания на роликовых коньках или ныряния с аквалангом. В том же интервью Селивановой Яков Шпигельман, руководитель "Мира Барби", рассказывает, что в России, например, не идут Барби-инвалиды (имеется в виду кукла Бекки). 15 штук, привезенных Шпигельманом из Штатов с целью попробовать продавать их в России, простояли на полках больше года. По его словам, лучше всего расходятся принцессы в роскошных платьях, пусть цена у них и выше, чем у более простых моделей. Объясняется это, по всей видимости, уже упоминавшимся мной парадоксом: для российских детей Барби не является "girl next door", а действительно принцессой из другой, сказочной жизни. Кроме того, ориентированность российских детей на карьеру во много раз меньше, чем у их западных сверстников, да и вопрос о профессиональном успехе и продвижении по карьерной лестнице встает перед ними гораздо позже, чем перед маленькими американцами.

Все перечисленные причины, равно как и многие другие факторы, влияющие на популярность Барби в России, сводятся к одному — компания «Маттел» не работает с русским рынком. Все те огромные усилия, которые «Маттел» прилагает для продвижения своей красавицы на европейские рынки — реклама по телевидению и в прессе, специальные акции, активная поддержка "Клубов любителей Барби", работа с родителями, продвижение мерчендайза и т. д., — полностью отсутствуют в России. На сайте официального представителя «Маттел» в нашей стране в разделе Барби написаны десять строк самого общего характера: никаких галерей, моделей, новостей — ничего. В разделе "Клуб мира Барби" перечисляются льготы, доступные членам клуба (заметим, не официального маттеловского "Клуба Барби", а организации, созданной местным представителем компании). Льгот четыре: постоянно действующая скидка в 5 %, система бонусов по накоплению, участие в регулярных праздниках торговой сети (о которых я ни разу не слышала, они просто не являются новостным поводом для российской прессы в отличие от подобных мероприятий, проводимых «Маттел» в других странах), и... 7 % скидка на ключевую воду и оборудование "Святой источник". Этот список говорит о многом, и в первую очередь о том, что существующие, а тем более потенциальные поклонники Барби в России никому не нужны.

Гадать о том, почему «Маттел» не работает с российским рынком так, как она умеет это делать, можно долго. Может быть, дело в официальном представителе, но скорее в том, что «Маттел» не хочет связываться с российским рынком в силу его нестабильности или, наоборот, не видит в России достойного рынка в силу поголовной бедности населения всюду, кроме двух столиц. По большому счету, при российском уровне зарплат двенадцатидолларовая кукла вряд ли может стать таким уж хитом продаж...

Таким образом, Барби опять оказывается в России на совершенно особом положении: это кукла, о которой знают все, но которой обладают немногие. Интерес к Барби здесь носит двойственный характер: о ней обычно говорят с осторожностью и с легким скепсисом. Если российская пресса, а особенно новостные ленты, и реагируют на какие-нибудь новостные поводы, связанные с Барби (и обычно имеющие место за пределами России, а не в ней самой), то говорить об этих поводах принято с изрядной долей иронии. Кроме того, грустно и трогательно наблюдать, насколько интерес к Барби у журналистов смешан с незнанием предмета. Они ошибаются в тех мелочах, в которых никогда не ошибся бы ни один их западный коллега, просто потому, что Барби на протяжении десятков лет являлась повседневной частью его собственного мира, мира его детей и, возможно, мира его родителей.

В России к Барби существует два подхода. Первый подход таков: "Барби такая красивая, прекрасная, элегантная, изящная и продвинутая, она в тысячу раз лучше всего того дерьма, которое производят у нас в стране и на которое противно смотреть". Другой подход: "Наши неуклюжие, некрасивые и низкокачественные куклы такие свои, родные и домашние. Они учат ребенка добру, они милые, теплые и безопасные. По сравнению с ними Барби — чудовищный вампир, преподающий детям чуждые им идеалы". Второе мнение на волне истеричного русофильства последних лет часто выражается с завидной безапелляционностью и принимает гротескные, нелепые формы. В частности, в своей статье (названной "Тряпичная Масленица против колченогой уродины") по поводу Алены Пискловой и акции "Барби не пройдут" журналист Лев Пирогов с легкостью заявляет: "Прообразом взрослых женских проблем является детская кукла Барби". Почему? Потому что сначала девочек приучают хотеть Барби, потом — Барби-дом, для которого нужна Барби-мебель, потом Барби-мобиль,

потом "комплект платьев для летнего отдыха". "Раньше, — скорбит Пирогов, — девочки сами шили платья для своих кукол. Теперь корпорации, зарабатывающие на женских неврозах, убедили их, что так не принято. Зачем колоть пальцы и шевелить мозгами, если можно купить за денежку?" В манере, вполне типичной для такого рода авторов, Пирогов закрывает глаза на то, что не только платья для кукол, но и игрушки вообще до очень недавнего времени, еще примерно сто лет назад, по большей части делали вручную; собственно к Барби это имеет очень мало отношения, но тоска по добрым старым временам тут, как это часто бывает, распространяется только на область интересов автора. Очень хочется сетовать в тон, что раньше, человек, у которого болел зуб, привязывал к нему веревку и вырывал больной зуб посредством дверной ручки. Зачем же возиться со шнурками и дергать за дверь, если можно купить за денежку? Тот же Пирогов заканчивает статью пассажем: "Когда-то давным давно крестьянские девочки мастерили тряпичных кукол, названия которым давались по имени предстоящего праздника: Масленица, Троица и т. д. Во время праздника кукол отдавали странникам, идущим поклониться святым местам. Если странников не было, кукол сжигали, чтобы хоть дым долетел до неба. Красивый обряд. Если у вас есть Барби, закопайте ее возле Макдоналдса, пусть черт заберет свое". Самое интересное, что нашлись желающие последовать призыву Пирогова: кто-то действительно закопал Барби возле Макдоналдса. Внятных объяснений своему поступку активист, к сожалению, дать не смог.

Еще более жалобно кликушествовал в своей статье Владислав Бахревский, автор газеты «Завтра». В 1998 году Бахревский написал заметку о Барби, начинающуюся словами: "Не Варвара, не Варенька, а именно Барби, чтобы русским духом не пахло". В заметке Бахревский писал буквально следующее: "Милая куклолка — еще одно американское оружие стратегического назначения. Барби задумана с размахом, это — не просто кукла, это образ жизни, американской жизни. Русские девочки обречены проводить с Барби все свое детство, взрослеть вместе с Барби, постигать интимные мелочи физиологии, гигиены, быта, приобретать навыки чужие, культуру чужую, а главное, иметь даже в игре постоянный контроль. В мире игрушек русская на русской земле — сиротинушка". Остается только недоумевать: что такого автор знает об интимных мелочах физиологии и гигиены, что столь сильно разнится у нас и у них? Пустив густую слезу, Бахревский ставит в вину Барби и то, что дети не знают героев Отечественной войны, и то, что в России уже "под миллион ребятишек-наркоманов". Подход вполне типичный для борцов за чистоту русского детства: "Наших умниц, наших богатырей, Василис прекрасных и премудрых своими руками отдаем на воспитание самым мерзостным и лукавым Бабарихам, и к тому же бесстыдно разглагольствуем о великом будущем России", трогательнейший пример многократно упоминавшейся мной тенденции почему-то перекладывать ответственность за воспитание ребенка с себя на игрушки. Апогеем моды на неприязнь к Барби в России стало годичной давности выступление бывшего министра образования, тогда еще действующего, по поводу того, что в России должно стать меньше импортных кукол, и в первую очередь меньше Барби, "развивающих у детей раннюю сексуальность". Видимо, бывший министр образования знал о детской психологии что-то, что неведомо прочим смертным (так же, как Бахревский знал нечто особое об интимной гигиене), в частности, каким образом "раннюю сексуальность" ребенка можно "развивать".

Те же, кому Барби до сих пор видится очаровательным символом лучшей жизни, либо отстаивают свое мнение на родительских форумах, либо создают художественные проекты разной степени серьезности, так или иначе связанные с куклой (надо сказать, что российские художники куда как менее агрессивны и ироничны по отношению к Барби, чем их западные коллеги. Видимо, сказывается та самая разница в восприятии образа куклы). Сергей Терентьев начинает свой проект «Барбизона» с письма, обращенного к Барби. Этот документ, на мой взгляд, прекрасно иллюстрирует некоторые аспекты восприятия куклы в России: "...поселиться бы с тобой где-то здесь у нас, научить курить, пить водку, жить на 30 баксов в месяц, ходить по нашим заплеванным улицам, вонючим подъездам. Я научу тебя жить по нашему, бог с ним, с нестареющим телом и пустым блеском глаз, — я наполню их сомнением, отчаянием, а, может быть, если удастся, и маленьким горем. Пусть ты побудешь немножко нами, станешь понятнее, роднее..." В России время от времени проходят выставки одежды для Барби, например, выставку такой одежды, связанной крючком, в прошлом году проводил Краснодарский краеведческий музей. Куклы в вязаных и шитых платьях находятся в постоянной экспозиции Клуба-галереи в Сабурово, а Екатеринбургский музей не так давно приурочил специальную выставку к сорокалетию Барби. В пресс-релизах этих и подобных мероприятий часто указывается, что стараниями российских мастеров Барби стала более близкой, теплой, ласковой — словом, своей. В процессе написания этой книги были два совпадения, произведшие на меня сильное впечатление. Во-первых, в то время как я писала главу о личной жизни Барби, «Маттел» сообщила о разводе Барби и Кена, и мне пришлось переписывать довольно солидный кусок текста. Скажем прямо, ни один развод в моей жизни не вызывал у меня таких сильных негативных эмоций. А сегодня, в тот день, когда я заканчиваю эту главу, и, таким образом, заканчиваю книгу вообще,

«Маттел» опубликовала свой финансовый отчет за первый квартал 2004 года. В отчете указывалось, что продажи Барби упали на 6 %. Частично это объясняется мертвым послепраздничным сезоном, но все равно такое серьезное падение наблюдалось до сих пор, кажется, только один раз. Мне абсолютно не хочется рассуждать о том, движется ли мир Барби к закату: существует много причин так не думать, существует много причин этого опасаться. Например, может сказаться (и сказывается!) очень серьезное изменение динамики рынка детских товаров, произошедшее в 90-х годах или проектный подход к созданию детских игрушек, в рамках которого ребенок получает не куклу и не плюшевого медведя, а целый мир, в который он оказывается вовлечен самыми разнообразными способами: одновременно создаются фильм, сериал, книги, игрушки, мерчандайзинг, и все это — с единым набором героев, сюжетов и игровых стратегий. Конечно, эти факторы, равно как и множество других, вынуждают мир Барби меняться.

В какую сторону? Вместо того чтобы заниматься дешевыми пророчествами, я обращусь к одному статистическому факту: в годовых отчетах компании «Маттел» на протяжении как минимум последних четырех лет прослеживается одна и та же тенденция: продажи Барби постоянно падают в США и постоянно растут за пределами Америки. Этому существует целый ряд объяснений, но так или иначе «Маттел» в последние годы прилагает много сил для продвижения своей удивительной куклы на зарубежные рынки. Не исключено, что в некоторый момент внимание компании все-таки обратится к России, и тогда произойдет то, что происходит в Китае в последние два года: Барби внезапно окажется частью нашей здешней повседневной жизни. Она начнет смотреть на нас с реклам, ее звонкий голосок зазвучит в детских уголках торговых центров, молодые актрисы в ярко-розовых платьях начнут раздавать купоны со скидками возле больших игрушечных магазинов, а по телевизору пойдут трейлеры анимационных фильмов от «Маттел» с участием золотоволосой красавицы. И если все это действительно произойдет, то Барби, наконец, по настоящему придет в Россию — со всеми ее плюсами и минусами, со всеми нашими опасениями и восторгами, почти на 50 лет позже, чем она пришла в западный мир, и почти на 15 лет позже, чем она могла бы прийти к нам. Только тогда мы сможем узнать, какой побег Барби может дать на российской почве, только тогда мы и получим шанс понять, действительно ли эта кукла учит девочек дружбе, терпимости и интересу к труду, или же она ведет их на погибель по скользкой дорожке анорексии и консюмеризма.

В общем, наша встреча с Барби еще не состоялась, и очень велики шансы, что она так никогда и не состоится. Но я твердо уверена, что если это все-таки произойдет, мы узнаем много интересного не только о ней, но и о себе. В конце концов я твердо убеждена, что отношения Барби и окружающего ее реального мира поучительны, показательны и симптоматичны; мне упорно видится, что эта маленькая кукла является большим зеркалом современной цивилизации.

Может быть, нам еще представится шанс как следует посмотреть в это зеркало на самих себя.

Символ нашего времени

"Эта маленькая кукла является большим зеркалом современной цивилизации" — последняя строчка книги Линор Горалик могла бы служить ей эпитафией. Феномен Барби, ее всемирная популярность, тиражирование образа этой куклы как в рекламе, так и в реальной жизни стали поводом для многих дискуссий, подчас провокативных.

Идеи, которые изложены ниже, способны дать исследованию Линор Горалик дополнительное теоретическое обоснование.

Речь пойдет о символической идентификации несимволического, имеющей древнюю традицию в сакральных практиках, искусстве, культуре и также присущей тенденции десакрализации в современном актуальном искусстве и реалиях повседневности. «Проекция» в этом смысле будет соответствовать переносу не считываемых напрямую ощущений человека в область вербализуемого, или отображаемого тем или иным образом. Выражение с помощью языка, искусства, жеста можно обозначить как «символическое», в той мере и в том самом общем понимании, в каком «символ» объединяет двойственное — смысл и значение, форму и содержание, замысел и его реализацию.

Куклу можно рассматривать как объект, в котором соединяются выражение неподвластного символической интерпретации тела и та реакция жестом на окружающее, которая позволяет очертить знаки соприкосновения с ним. Конечно, речь идет не только и не столько о Барби, сколько о ее прообразе, который появился вместе с первыми людьми, увидевшими в куске дерева или камня возможность трансформации в фигуру, напоминавшую человека. Первые куклы служили "вполне взрослым задачам" — они воплощали души умерших предков, божества, заменяли собой людей, предназначенных в жертву, и врагов, которых нужно было уничтожить. Скорее всего, куклу тогда вообще не воспринимали как детскую игрушку. Первые предметы, хотя бы отдаленно напоминающие

человека или же его замещающие, осуществляли символическую связь между человеком и тем миром, который его окружал. Первая символическая идентификация — сакральная: происходит формирование новых смыслов в отождествлении снопа колосьев, деревянной колоды или каменного изваяния с человеческой фигурой. Эти смыслы уточняют позицию человека по отношению к неизведанным и таинственным силам природы, помогают ему, олицетворяя обрести защитника или победить врага сначала в символическом мире, а потом и в реальном.

В соответствии с теорией Э. Кассирера мысль символична, потому что вместо того, чтобы непосредственно реагировать на реальность, создает систему знаков и учится использовать эти знаки в качестве «субститутов» объектов. Но сакральность символической идентификации человека не существует изолированно: она определяет один из видов «формотворчества» — миф. "Всякое познание в конечном счете стремится свести многообразие явлений к единству "основоположения".^[19] Формообразование, посредством которого мир насыщается новыми значениями, характеризует по Э.Кассиреру, не только познание, но и миф, искусство, язык.

Соединившись в кукле, семантические составляющие этих трех областей культуры рожают семантический коллаж — не случайно именно в семантических коллажах современное искусство чаще всего использует кукол. Деревянные, каменные, соломенные и другие прообразы современных кукол семантически маркировали сакральное, область священнодействия и культа. Вопрос, который задает в книге о Барби Линор Горалик — когда начинается собственная история детской игрушки, — может быть рассмотрен только в рамках этого семантического коллажа. Смежный вопрос об отмирании сакральной функции кукол также останется без решения, если мы рассмотрим его изолированно.

Семантический коллаж соединяет области игры и культа: многие дошедшие до нас традиционные игры позволяют реконструировать древние обряды, а серьезность и торжественность, с которой происходили "похороны куклы" (например, утопление куклы-чучела Костромы в Древней Руси^[20]), одновременно предполагали некоторую условность происходящего. Условность, скорее всего, была следствием развития общества: если первоначально славяне приносили в жертву болотному ящеру живую девушку, то впоследствии она была заменена куклой. Подобные трансформации встречаются у разных народов. К такому же принципу замещения относится и обычай хоронить вместе с вождем не его слуг, воинов или любимых жен, а их кукольные копии. Так, в знаменитом захоронении императора Цинь Ши-Хуанди в Китае^[21] нашли многочисленные скульптуры в человеческий рост, обладающие, очевидно, портретным сходством.

В то же время многие куклы и в наше время маркируют область сакрального — особое культовое «пространство», по выражению И. Хейзинги.^[22] В его концепции вся культура в целом носит игровой характер. С этим утверждением можно спорить, но интересно сравнение игровых и ритуальных форм культуры как создающих свое особое, отгороженное пространство: и в игре, и в культовом действии очерчиваются пределы, за которыми «сила» сакрального или правила игры уже не действуют. И в том и в другом случае участники осознают и условность, и серьезность происходящего, но вживаются «по-настоящему» в свои роли. И сейчас на торжественных католических празднествах фигуры святых выносят из храмов, это шествие по-своему окрашивает, семантически переименовывает окружающее пространство. Сюда же можно отнести и обычай вертепов, представляющий на Рождество евангельский сюжет. Так, современные куклы тоже маркируют сакральное пространство, правда, эта сакральность имеет разные свойства.

В книге Линор Горалик рассказывается о коллекциях Барби и самих коллекционерах: часто это женщины, начавшие собирать свою коллекцию с детства, — тогда многие модели были им недоступны, иногда у девочки в детстве вовсе не было Барби, по разным причинам кукол коллекционируют и мужчины. В любом случае, зачастую даже ни разу не распакованные (такие куклы продаются в прозрачной упаковке), собранные вместе Барби создают особое пространство, по-своему сакральный кукольный мир. В нем сокровенны память о детстве, женские образы из юношеских грез, возводится домашнее святилище заветным мечтам, которые в то или иное время связывались с образом Барби. В Древнем Риме, выходя замуж, девушка приносила в жертву богам своих детских кукол. Это событие знаменовало собой переход в новое, взрослое состояние. Желание сохранить кукол и прибавить к ним новых может означать и стремление захватить во взрослый мир символический образ детства, и создать своеобразный алтарь прекрасного или притягательного мира, остающегося за гранью обычной реальности и этим напоминающего любой другой сакральный мир.

Процедуры переодевания кукол, кстати, тоже повторяют традиционные ритуалы переодевания, сопутствующие всем видам культа. По сути, это примеривание иного облика, символическое перевоплощение. Перемена платьев позволяет Барби менять занятия, выводить ее на новые дороги и дорожки игрового пространства, а не взывать к богам. Но куклы всегда сохраняли эту возможность: перейти из близкой действительности в волшебную и таинственную неизвестность.

Изображения людей с давних пор наделялись магической силой — охотники на наскальных рисунках приносили удачу своему племени. Зачем же понадобилось изображение делать еще более похожим на человека, облекать его в объемную форму? Соприкосновение человека с окружающим миром неразрывно связано с ощущениями своего тела, с осознанием своего положения в природе и обществе. Объемное изображение позволяет создать удивительное подобие, идеальное, если вспомнить о скульптурах греческих богов.

Куклы с прикрепленными на шарнирах руками и ногами существовали уже в древних культурах — это подтверждают археологические находки. Но в какой мере было возможно свободное и непринужденное обращение с ними? Трудно определить теперь, где проходила грань между сакральным и игровым пространством. Понятно, что кукла с двигающимися руками и ногами была создана не для того, чтобы на нее просто смотрели, ее можно было взять в руки, сгибая и выпрямляя суставы, имитировать движения, подобные собственным. В общем, эта кукла уже была способна не только служить воплощением какого-либо персонажа: она вступала в разговор. Она была способна на жест.

Такая кукла осуществляет знаковое соединение тела и мира. А если наделить куклу конкретными чертами, придать ей характер, то она может вступить в диалог с другими куклами — возникает кукольный театр. Здесь свое особое, четко отгороженное игровое пространство с высокой степенью условности. Тут происходит перенос человеческих качеств на кукольных героев, при этом некоторые характерные черты утрируются, становятся более выпуклыми и очевидными. В драматическом театре такую возможность дают маски, в кукольном — набор персонажей позволял разыгрывать традиционные сюжеты, меняя репризы в зависимости от ситуации. Бедные влюбленные, благородный защитник, влиятельный покровитель и недотепа, простаки, плут, ловкие слуги — герои переходят из столетия в столетие, меняя страны и континенты, но добро всегда торжествует над злом, влюбленные обретают счастье, а обман и коварство наказаны.

А каким образом Барби, совершенно «никакая» по сравнению со всеми персонажами кукольного театра, появляется на свет? Очевидно, Линор Горалик верно заключает, что компания «Маттел» не изобрела ничего радикально нового, а очень хорошо использовала давние традиции. Поскольку при своей «гладенькой» внешности кукла Барби может примерить любую роль — достаточно поменять ей наряды, окружить необходимыми аксессуарами, дать кукольного спутника и таких же подружек, чтобы они помогли ей справиться с ролью. Конечно, она никогда не будет гротескным персонажем, но в этом нет надобности, потому что, играя на зазоре между "детской и взрослой составляющей", компания «Маттел» выбирает самый беспроектный путь, характерный для всего феномена массовой культуры.

Обвинение Барби в буржуазности, появившееся еще на страницах советской печати, до сих пор многим не дает покоя. Автор книги справедливо замечает, что Барби не формирует моду, а следует ей. Не кукла влияет на развитие комплекса "иметь не хуже, чем у всех остальных", свойственного, кстати, как детям, так и взрослым. Само создание Барби — следствие определенных тенденций. То, что, продолжая традицию символической идентификации, она представляет собой такое гладкое и невыразительное существо, в этом виноваты мы сами. Если бы кукла была ярче обозначена своей культурной или характерной принадлежностью, она не стала бы так популярна.

Феномен успеха Барби в том, что, следуя вековой традиции, компания «Маттел» создала продукт, отвечающий условиям эры массовой культуры. В отечественной литературе еще не было серьезного исследования, посвященного этому явлению. Возможно, что открытая перед вами книга станет первой работой, затрагивающей в какой-то степени эту проблематику. Американский философ Н. Кэрролл, а вслед за ним его французский коллега Р. Пуивэ посвятили свои труды феномену массовой культуры, в частности искусству в эпоху глобализации.^[23] Кукла становится произведением искусства в наше время, только если она уникальна — авторская кукла, например. В век серийного производства трудно представить миллион таких кукол, одновременно выставленных на продажу одной производящей компанией.

В работе Р. Пуивэ подобный феномен исследуется на примере кино. По его мнению, массовое искусство кино онтологически отличается от авторского: в каком-то смысле последнее ближе роману прошлых эпох. Здесь писатель или автор — режиссер фильма обращается к своему читателю, зрителю, понимающему и воспринимающему именно его язык, освоившему близкие его собственному культурные горизонты — книги, фильмы и т. д. Напротив, в массовом кинематографе основное место занимают продюсер и команда, создающая фильм. Фильмы этого рода распространяются по всей планете. Таким образом, авторское кино проходит два этапа — произведения и распространения, в то время как массовая культура обходится без посредников. В купленной нами книге Стивена Кинга роль переводчика сведена к нулю: никому в голову не придет поинтересоваться качеством перевода,

перечитать книгу в другом издании. Подобное происходит с фильмом, музыкальным диском и... куклой Барби, добавим мы. Старинные куклы, хоть и не все были произведениями искусства, но несли на себе отпечаток определенной культуры, эпохи. В образе Барби черты культуры стерты, различные одежды не определяют ее принадлежности какой-либо культуре, а позволяют «интерактивно» играть с ней, как и компьютерные игры, в которых «воссоздается» средневековый быт. Барби настолько стандартна, что без помощи «переводчика» входит в любой дом на планете. Барби лучше всех остальных существующих кукол справляется с этой задачей.

В ней соединились качества продукта массовой культуры, обладающего унифицированной привлекательностью, и возможности символической идентификации. Как показано в работах американского и французского философов, главная особенность предмета массовой культуры — доступность. У таких предметов нет истории, хотя они и могут напоминать другие, предшествовавшие им во времени. Они свидетельствуют о серийном производстве, часто будучи репризами (covers) тех предметов, которые послужили им прототипом. Особым успехом Барби обязана тому, что хорошо вписывается в массовую культуру. Говоря о прообразах Барби, мы пробовали найти ее культурные компоненты, загадку притягательности куклы. В то же время Барби стоит на полке рядом с утенком Дональдом Даком, Рэмбо, «Титаником» и романами Стивена Кинга. Можно придумать ей бабушку и дедушку, спутника жизни и подруг, но она обречена быть продуктом стерильности: у нее не может быть мамы и папы, она вообще не выросла и не постареет, как и героини глянцевого журналов, мультфильмов и сериалов. Фигурка Барби — определенный стандарт, хотя можно согласиться с Линор Горалик, что в ней воплощен идеал, но он из мира «Титаника» и диснеевских мультфильмов. Он вполне классичен — кукла похожа на «настоящую» девушку, она лишена не только изъянов, но и всех деталей, подчеркивающих человеческое тело — чересчур острых углов, слишком округлых форм... Она очень ровная, гладкая, тонкая — и мультяшная. Ее фигура и классична, и узнаваема по своему соответствию современным образцам массовой культуры. Барби доступна всем: к ней не нужно привыкать, присматриваться. Она не создана для длительного рассматривания. Линор Горалик обращает внимание на то, что Барби предназначена для немедленного подражания, а не замедленного действия.

Если на куклу проецируют идеальный женский образ, то он обыгрывается в настоящем времени, а не служит примером для будущего. Играть в даму, красавицу или принцессу необходимо сегодня и сейчас: это не прихоть избалованного ребенка, а необходимость примерить на себя, хотя и в другом образе, такую замечательную роль. Благодаря своей стереотипности и доступности Барби как нельзя лучше подходит для этой роли: из нее можно вылепить что угодно, именно потому что она так стандартна.

Но существует еще одна особенность куклы Барби, которая позволяет лучше играть с ней эти роли. Она провоцирует нескончаемые дискуссии. Недавно Министерство образования объявило о новой серии исследований влияния Барби на детей: кукла вызывает раннюю сексуальность. Не будем сейчас обсуждать ханжескую подоплеку этой акции в стране, где долгое время "секса не было", а теперь по государственным каналам телевидения идут фильмы и передачи, во многих демократических странах предназначенные только для кабельных каналов. Проблема в том, что на куклу проецируются собственные стереотипы.

Барби наделяется демоническими чертами и слишком одушевляется. На нее переносится весь комплекс страхов, сомнений и психологических проблем, характерный, возможно, для человека, выросшего в советское время, когда роль коллектива, социума и т. д. была гораздо важнее семейной, а вместе с этим и гендерная идентификация происходила подспудно, сама собой.

В этой книге Линор Горалик подробно рассказывает, какими были куклы до Барби. Интересно, что и раньше куклы походили на взрослых женщин: не потому, что должны были стать предметом подражания, а потому, что не существовало еще интереса к ребенку и детству — специальной детской литературы, признания особого мира ребенка, отличного от взрослого... Возникшие в середине девятнадцатого столетия куклы-младенцы были призваны подготовить девочку к будущей материнской роли и хорошо подходили для игры в «дочки-матери». Взрослых женщин изображали бумажные куклы, к которым прилагался комплект нарядов.

Я помню, что и в моем детстве продавались картонные куклы с одежками, державшимися на магните. Куклы изображали девочек еще даже не подросткового возраста. Но гораздо притягательней было следить за тем, как сестра или подруга постарше рисовала на бумаге девушку с модной тогда прической «начесом», с длинными изящными ногами в туфельках на каблучке, тонкой талией и в купальнике. Затем я ножницами вырезала ее, накладывала силуэт на лист и рисовала по нему подходящие платья. Никакого социального компонента в этом занятии не проглядывало: у бумажной куклы не было профессии и лишь одно занятие — она должна была менять наряды в зависимости от времени года и того, куда направлялась — в бассейн или на бал. Что-то похожее происходит и с Барби.

В книге Линор Горалик показано, что существует разница между взрослым и детским восприятием Барби. Взрослые проецируют на нее свои качества, тогда как дети сохраняют дистанцию. Они гораздо лучше взрослых чувствуют условность игры. Это взрослым кажется, что у Барби непременно должна быть воспитательная функция, поэтому ей нужна профессия: врача, стюардессы или деловой женщины. Но Барби-дантист всегда будет уступать Барби-принцессе. Потому что истинное призвание этой куклы — представлять образ красавицы. А какой девочке не хочется быть красавицей, хотя бы и в собственных фантазиях!

В недавно проведенном исследовании особенностей игры с куклой Барби у детей дошкольного возраста^[24] сравнивались темы игр с Барби и другими куклами. В результате выяснили, что с пяти лет игры с Барби отличаются от занятий с другими куклами. Барби особенно подходит для роли невесты, жены и помогает детям перейти в новое «взрослое» семантическое пространство, где гендерная принадлежность имеет свою характерную специфику. Кукла помогает осуществлению гендерной идентификации в новом мире.

В этом еще один секрет всемирной популярности Барби. Женские качества ее облика позволяют сделать ее и принцессой, и красавицей, и невестой. Она воплощает радужные представления о счастливой любви, хотя ее спутник Кен так и не стал подходящим супругом, о чем также рассказывается в книге. Но его уделом с самого начала была роль сопровождающего, необходимой детали интерьера, в том числе и на свадьбе. А то, что именно Барби так подходит к роли невесты, жены и красавицы, связано с особенностью ее конструкции. Во-первых, она не слишком большая и не очень маленькая. В отличие от громоздких кукол-младенцев или фарфоровых кукол прошлого, с ней легко обращаться, ее суставы сгибаются. В фигуре соблюдается нужная мера реалистичности и условности. Но при этом она "необыкновенно сексапильна".

В чем же выражается сексуальность Барби? Прежде всего, у этой куклы есть грудь. Она, правда, лишена полового органа, но эта деталь уже была бы излишним натурализмом и вызвала бы отторжение у большей части пуританской Америки и в многоконфессиональном мире. Кроме того, у куклы очень тонкая талия и непомерно длинные изящные ноги. Сочетание таких пропорций с бюстом напоминает девушку-подростка и говорит о невинности. Возможно, в этом и кроется еще один секрет популярности. Как тут не вспомнить о набоковской Лолите! Впрочем, не только о ней. Возможности семантического коллажа, представляемые самой фактурой куклы, многократно обыгрывались в современном искусстве.

Художник-сюрреалист, создавший необыкновенно сексуальный образ в серии кукол девушки-подростка, одним из первых использовал эффект ее притягательности. Ганс Беллмер создал женский персонаж, который мог разбирать и моделировать так, как ему вздумается. Он сфотографировал этот персонаж и на основе фотографий выпустил книжку «Кукла». Как и для современных художников, использующих в своих работах образ Барби, о которых пишет Линор Горалик, для Беллмера эти произведения — форма протеста против ханжеской морали «порядочного» буржуазного общества, стереотипов комильфо и, кроме того, возможность создания семантического коллажа, где предметы наделяются сексуальностью.

Кукла Беллмера уже не то милое существо, которое послушно «примеряет» на себя наши проекции, хотя в некоторой степени она прямая наследница той куклы. Эта кукла несет на себе отпечаток изорванности, расколотости и несостыкованности двух пространств — «моего», «личного» и того, что с ним соприкасается. Ганс Беллмер, знаменитый благодаря своим куклам, видимо, был подвержен каким-то психическим расстройствам, он искал спасения в чудесном исключительно женской природы. Его куклы физиологически точно передают пропорции девушки-подростка. Пластика этой скульптуры отличается от пластики художественных образов, питающихся традицией. Предельно точно переданные мышцы и «сочленения» контрастируют с хрупкой гипертрофированностью кукольного торса, придают ей сходство с манекеном.

Куклы Беллмера были очень «странными» — у них был один торс и две пары ног: эти сочленения представляли собой разные конструктивные сочетания, сфотографированные среди листвы и деревьев. Семантическим коллажем занимаются и современные художники, обращающиеся к теме куклы. Форсайт стал знаменит благодаря фотографиям Барби, помещенной в самых многозначительных позах рядом с различными приспособлениями для коктейля. Два молодых известных английских художника — братья Джэйк и Динос Чэпмены создают многочисленные вариации на тему сросшихся куколок-гермафродитов, наподобие сиамских близнецов, только эти композиции, наоборот, не сексуальны, а инертны, свидетельствуют о тотальном безразличии в серийном «куклоподобном» мире.

Конечно, наши куклы Барби совсем обычны, они достаточно реалистично повторяют пропорции человеческого тела, но некоторый, пусть и крохотный, градус отклонения в сторону создания

девушки-подростка с непомерно длинными ногами, узкой талией, бюстом и маленькой головой позволяет фантазии продолжить свою работу. В этой наивной стройной девчужке заложена опасность — не случайно особо бдительные забили тревогу. Опасность и в самом замысле создания аналога женской фигуры. Интересно, что фигура с тонкой талией и большим бюстом всегда привлекала мужчин. Может быть, это шутка, но были опубликованы результаты гормонального сравнительного исследования женщин. Выяснилось, что у женщин, сочетавших тонкую талию и большой бюст, гораздо больше гормонов, отвечающих за фертильность. Они таким образом призывают к продолжению рода. Возможно, такое сочетание женских качеств отложилось в вековой традиции мужских вкусов, а впоследствии и всеми стало восприниматься как сексуальное.

Кстати, Барби — переработанная модель «шлюшки» Лилли, о чем рассказывает в книге Линор Горалик. Эта куколка славилась своим пышным бюстом и совсем не предназначалась для детей. Приняв более гладкие и не такие вызывающие формы, она преобразилась в Барби, однако происхождение дает о себе знать.

Осталось сказать об обратной тенденции символической идентификации сакрального — о десакрализации, свойственной массовой культуре и куколке Барби в частности. "Действительно, — пишет Линор Горалик, — Барби — воплощение светскости". Она находится под перекрестными нападками со стороны почти всех конфессий. Причины нападков — наделение куклы непомерным влиянием на детей, ее слишком очевидная популярность, а к тому же все, о чем еще подробнее будет рассказано в этой книге: сексапильность, обилие аксессуаров, неустойчивая "семейная жизнь", пошлость и т. д. И в то же время, хотя и в стертom виде, кукла Барби — наследница традиций сакральной идентификации. Может быть, потому, что предметом сакрального стало совсем земное и лишённое конфессиональных особенностей, или, наоборот, потому, что корни этой сакральности еще дохристианские, языческие, Барби вызывает такую неприязнь в религиозном мире. Но тут хотелось бы закончить словами, с которых началась эта статья: Барби — "зеркало современной цивилизации".

Наталья Смолянская

[1] Иони — в шиваизме символ женских гениталий и — более широко — женского начала, в противовес «лингаму» — символу мужского начала и мужских гениталий.

[2] "The life and death of america's plastic princess", Albert Crudo. Painting, photography and 3-d work inspired by Barbie. Online exhibition at www.albertcrudo.com

[3] "Богоматерь с младенцем", Ирина Нахова. Инсталляция. Галерея XL, Москва, май 2001 года.

[4] "Барбизона", Сергей Терентьев. Фотосериал. Московский форум художественных инициатив, 2003.

[5] An exhibition of photographs and paintings by Shinako Sato, Elizabeth Cherry Contemporary Art Gallery, Tucson, USA, 2001.

[6] "Food Chain Barbie", Tom Forsyth, online photography exhibition at http://www.creativefreedomdefense.org/fc_1.htm, 2002.

[7] "Barbie-Q", Anne Bleisteiner und Heidrun Waadt, видеоинсталляция, Германия, 2001.

[8] "Girlfriend" CD by Maresie Music, Mare Wakerfield Band, 1997.

[9] "Anthymn" CD by Wind River, Cosy Sheridan, 2000.

[10] "Barbie doll", Margie Piercy, Moving Out almanach, 1971.

[11] "Kinky", Denise Duhamel, Orchesis Press, 1997.

[12] "Cold Comfort", Lyn Lifshin, Black Sparrow Press, 2000.

[13] "East Asheville Hardware" CD, David Wilcox, 1995.

[14] "Самое нижнее белье куклы Барби", Андрей Сен-Сеньков, неопубл., 2003.

[15] "Барби и Кены", Екатерина Рождественская, фотопроект, журнал "Караван историй", 2004.

[16] "Barbie Gets Sad Too", Albertina Carry, Argentina, 2003.

[17] "Dungeon Barbie", Susanne Pitt, объекты. В настоящее время сайт, где они представлялись на обозрение, закрыт.

[18] "Aquarium" CD, Aqua, 1997.

[19] Кассирер Э. Философия символических форм. М.-СПб.: Университетская книга, 2002. С.15.

[20] Рыбаков Б.А. Язычество древней Руси. М.: Наука. 1988. С.154.

[21] Цинь Ши-Хуанди (259 — 210 гг. до н. э.) — первый император Цинь, начавший строительство Великой Китайской стены. В его гробнице, найденной в 1974 г., обнаружили

сопровождавших его в загробный мир 8000 терракотовых воинов, ни один из которых не был похож на другого: судя по всему, эти скульптуры отличались портретным сходством со своими прототипами.

[22] Хейзинга Й. *Homo ludens*. М.: Прогресс-Академия. 1992.

[23] Carroll Noel. *A Philosophy of Mass Art*. Oxford University Press, 1998; R. Pouivet. *L'oeuvre d'art a l'age de sa mondialisation*. Bruxelles, 2003.

[24] Эльконинова Л.И., Антонова М.В. Специфика игры с куклой Барби у детей дошкольного возраста // *Психологическая наука и образование*. 2002. № 4. С. 53–69.

Линор Горалик

Полая женщина. Мир Барби изнутри и снаружи

Серия: Культура повседневности

Издательство: Новое литературное обозрение, 2005 г.

Твердый переплет, 320 стр.

ISBN 5-86793-418-7

Тираж: 3000 экз.

Формат: 84x108/32