

ΒΗΜΑ *gazine* no

ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΗ
ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΣΗ
ΚΑΙ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
ΤΗΣ ANCHORWOMAN
ΤΟΥ ΚΕΝΤΡΙΚΟΥ
ΔΕΛΤΙΟΥ ΤΟΥ ΜΕΓΑ

ΡΑΝΙΑ ΤΖΙΜΙΑ

«ΤΟ ΔΕΛΤΙΟ ΕΙΔΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΜΕΓΑ
ΕΙΝΑΙ ΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝ ΣΥΝΘΕΣΗΣ
ΤΗΣ ΣΚΕΨΗΣ ΠΟΛΛΩΝ ΑΝΘΡΩΠΩΝ,
ΜΙΑΣ ΜΕΓΑΛΗΣ ΟΜΑΔΑΣ»

ΠΑΡΙΣΙ ΞΕΝΑΓΗΣΗ ΣΤΟ ΛΟΥΒΡΟ, ΠΟΥ ΑΠΟΚΤΑ ΝΕΑ ΠΤΕΡΥΓΑ ΒΥΖΑΝΤΙΝΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΧΡΙΣΤΙΑΝΙΚΗΣ ΤΕΧΝΗΣ
ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ Η ΒΡΑΒΕΥΜΕΝΗ ΗΘΟΠΟΙΟΣ ΚΑΤΙΑ ΓΚΟΥΛΙΩΝΗ ΚΑΙ Η ΔΙΛΣΗΜΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑΣ ΚΛΕΡ ΜΑΚΙΝΤΟΣ
Η BARBIE ΣΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ Η ΔΗΜΟΦΙΛΕΣΤΕΡΗ ΚΟΥΚΛΑ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΣΥΜΒΟΛΟ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΤΥΛ



ΡΑΝΙΑ ΤΖΙΜΙΑ

«Δεν αισθάνομαι ότι οι ερωτήσεις που κάνω είναι “σκληρές”, τις θεωρώ αυτονόητες»

Η anchorwoman του MEGA φωτογραφίζεται για το εξώφυλλο του BHMAGAZINO και μιλάει μεταξύ άλλων για τις προκλήσεις της παρουσίασης του κεντρικού δελτίου ειδήσεων, για τη ΝΔ, το ΠΑΣΟΚ, τον ΣΥΡΙΖΑ και τον Αλέξη Τσίπρα, τις αμερικανικές εκλογές και την ισορροπία μεταξύ προσωπικής και επαγγελματικής ζωής.

ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΡΗ ΒΑΡΔΑΚΗ & ΕΛΕΝΗ ΚΩΝΣΤΑΝΤΑΤΟΥ
ΦΩΤΟΓΡΑΦΟΣ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΤΣΑΤΣΑΝΗ (D-TALES CREATIVE AGENCY)
FASHION EDITOR ΑΡΙΣΤΕΙΑΣ ΖΩΗΣ

«**Κ**αλησπέρα σας, κύριες και κύριοι, είναι το κεντρικό δελτίο ειδήσεων του MEGA». Με αυτή τη φράση η Ράνια Τζίμα υποδέχεται το τηλεοπτικό κοινό. Πιστή στο ραντεβού της, ακριβώς στις 19.45, από Δευτέρα έως Πέμπτη, η ίδια μαζί με τους συνεργάτες της χιζούν ένα δελτίο πολυφωνικό, έγκυρο και αντικειμενικό, το οποίο τερματίζει πρώτο στους πίνακες τηλεθέασης. Το Twitter την αποθεώνει κατά την προσφιλή πλέον έκφραση, οι αντιδράσεις της γίνονται memes, η νεολαία που στρέφει συνήθως την πλάτη της στα τηλεοπτικά πρόσωπα την ξέρει με το όνομά της και η ίδια με τις ερωτήσεις της δεν «χαρίζεται» στους συνεντευξιαζόμενους του κεντρικού δελτίου του MEGA. Όταν της το επισημαίνουμε, στη διάρκεια της συνάντησής μας στο ξενοδοχείο Athens Capital Hotel - MGallery Collection, χαμογελά και επιμένει ότι απλώς κάνει το αυτονόητο: τη δουλειά της. Η Ράνια Τζίμα, λοιπόν, η δημοσιογράφος που ξεκίνησε από τη Θεσσαλονίκη και από την πρώτη ημέρα παθιάστηκε με το ρεπορτάζ, έχοντας δουλέψει εκατοντάδες ώρες και πίσω από την κάμερα, δεν στριμώχτηκε ποτέ στο κομψό ταγέρ της κεντρικής παρουσιάστριας που απλά, διεκπεραιωτικά, εκφωνεί τα νέα της ημέρας. Αντίθετα, έχει άποψη, έχει σχόλιο, θέτει καίρια ερωτήματα, δεν φοβάται να εκφράσει το συναίσθημά της μπροστά στην κάμερα, χωρίς αυτό να υπονομεύει ούτε μία στιγμή την αντικειμενικότητά της. Σε μια εποχή που δυστυχώς, πολλές φορές εν δίκαιω και άλλες τόσες εν αδίκω, λέγονται πολλά για την υπόληψη της δημοσιογραφίας, η Ράνια Τζίμα μοιάζει να κερδίζει το στοίχημα της εμπιστοσύνης με τον τηλεθεατή, παραμένοντας ανθρώπινη μπροστά και πίσω από την κάμερα, μα πάνω από όλα δημοσιογράφος.

Κυρία Τζίμα, πέμπτη τηλεοπτική σεζόν που παρουσιάζετε το κεντρικό δελτίο ειδήσεων του MEGA. Τι θα λέγατε ότι σας έχει μάθει η παρουσίαση που ενδεχομένως δεν μάθατε στο πεδίο του ρεπορτάζ;
«Πρώτα απ' όλα, ξεκινώντας πριν από περίπου πέντε

χρόνια αυτή την καινούργια για εμένα τότε περιπέτεια, για λόγους, νομίζω, αυτοάμυνας και εσωτερικής ισορροπίας, προσπαθούσα να πείσω τον εαυτό μου ότι δεν θα αλλάξουν και πολλά στον τρόπο με τον οποίο θα κάνω τη δουλειά μου, καθώς η δημοσιογραφία είναι ένα πράγμα: είτε την ασκείς στο πλαίσιο ενός συγκεκριμένου ρεπορτάζ, είτε πίσω από τις κάμερες, είτε στην παρουσίαση ενός δελτίου ειδήσεων. Αυτή παραμένει και η βασική μου αντίληψη. Σύντομα όμως κατάλαβα ότι από αυτή τη θέση, η προσωπική σου άποψη για τα πράγματα “φωτίζεται” περισσότερο και ως εκ τούτου το δελτίο με έβαλε στη διαδικασία να εξασκηθώ περισσότερο στην αυτοσυγκράτηση, όχι απαραίτητως πάντα με τα επιθυμητά αποτελέσματα».

Το τηλεοπτικό κοινό, όπως αποδεικνύουν τα νούμερα τηλεθέασης, εμπιστεύεται για την ενημέρωσή του τις ειδήσεις του MEGA. Για ποιους λόγους, πιστεύετε;

«Το δελτίο ειδήσεων του MEGA είναι πραγματικά ένα προϊόν σύνθεσης της σκέψης πολλών ανθρώπων, μιας μεγάλης ομάδας. Κάθε μεσημέρι στις 14.00 γίνεται η κεντρική σύσκεψη και εκεί ακούγονται όλοι. Ο ένας μπολιάζει τον άλλον με τη δική του οπτική. Νομίζω ότι αυτό με έναν τρόπο φτάνει και στον αέρα μας. Δηλαδή είναι ένα δελτίο όπου, πολλές φορές, ίσως και με έναν πιο έντονο τρόπο, θα ακούσεις δύο ή και περισσότερες απόψεις για κάθε θέμα. Πιθανώς λοιπόν αυτό για κάποιους να είναι ευχάριστο».

Αλήθεια, τα νούμερα τηλεθέασης σε ποιον βαθμό σας απασχολούν;

«Οποιος δουλεύει στην τηλεόραση, σε ένα ανταγωνιστικό μέσο, και πει ότι αδιαφορεί για τα νούμερα, λέει ψέματα. Φυσικά τα παρακολουθούμε. Εχουν υπάρξει πολλές περιπτώσεις, όμως, που επιλέξαμε να εστιάσουμε περισσότερο σε κάποιο θέμα παρά το γεγονός ότι ξέραμε πως δεν θα μας “πάει”. Αν προχωρήσεις με μοναδικό οδηγό τα νούμερα, κινδυνεύεις να χάσεις την ταυτότητά σου. Αν πάλι τα αγνοήσεις, κινδυνεύεις να κάνεις ένα δελτίο που θα αφορά λίγους. Χρειάζεται πάντα μια ισορροπία».



ΚΑΤΙΑ ΓΚΟΥΛΙΩΝΗ

«Φοβόμαστε να χαρούμε»

Η βραβευμένη ηθοποιός που έκανε χιλιάδες ανθρώπους να κλάψουν με την «Ευτυχία», τώρα καλείται να κάνει τον κόσμο να γελάσει με τον «Νόμο του Μέρφου».

ΑΠΟ ΤΟΝ
ΓΙΑΝΝΗ ΖΟΥΜΠΟΥΛΑΚΗ
ΦΩΤΟΓΡΑΦΟΣ
ΝΙΚΟΣ ΒΑΡΛΑΚΑΣΤΑΝΗΣ
FASHION EDITOR
ΑΡΙΣΤΕΙΑΣ ΖΩΗΣ

Μεσημέρι Δευτέρας 14 Οκτωβρίου. Οι πρώινες πρόβες για το έργο «Nachtland» στο θέατρο Αποθήκη στου Ψυρρή είχαν αναβληθεί για το βράδυ της ίδιας ημέρας, επομένως η Κάτια Γκουλιώνη ήταν περισσότερο χαλαρή σε αυτή τη συνάντησή μας που έγινε στον υπαίθριο χώρο του café-μπαρ «Το Λοκάλι», δίπλα από το θέατρο. Ντυμένη casual – με καρλό πουκάμισο και τζιν – η Γκουλιώνη με περίμενε πίνοντας το τσάι της και καπνίζοντας ένα στριφτό τσιγάρο. Είχε κάθε λόγο να είναι χαμογελαστή και ευδιάθετη. Η πρεμιέρα του «Nachtland» (σε σκηνοθεσία Νικολέττα Χανιωτάκη) πλησίαζε, ενώ για τις 21 Νοεμβρίου είναι προγραμματισμένη η πρεμιέρα της ταινίας «Ο νόμος του Μέρφου» όπου πρωταγωνιστεί, τελευταίας δημιουργίας του Αγγελου Φραντζί, με τον οποίο η Γκουλιώνη έχει ξανασυνεργαστεί στη μεγάλη οθόνη. Μία από τις κινηματογρα-

φικές τους συναντήσεις είναι η «Ευτυχία», που έκανε πάταγο το 2019 και για την οποία η Γκουλιώνη, που έχοντας υποδυθεί σε νεαρή ηλικία τη στιχουργό Ευτυχία Παπαγιαννοπούλου δίνει τη σκυτάλη στην Καρουφυλλιά Καραμπέτη, βραβεύθηκε από την Ελληνική Ακαδημία Κινηματογράφου με το βραβείο Ιρις Β' γυναικείου ρόλου.

«Οι πρόβες μου αρέσουν περισσότερο από την παράσταση και περισσότερο από την ταινία» θα μου πει η Γκουλιώνη. «Μου αρέσει τρομερά η προετοιμασία, η προσημονή για την έναρξη της διαδικασίας». Συγκεκριμένα, τουλάχιστον στις ταινίες, στην Γκουλιώνη αρέσει η διαδικασία προσέγγισης του χαρακτήρα – η έρευνα λέει ότι είναι το αγαπημένο της κομμάτι. «Για τον “Νόμο του Μέρφου”, για παράδειγμα, που είναι κωμωδία, είδα πάρα πολλές screwball κωμωδίες, του Φρανκ Κάπρα και κυρίως του αγαπημένου μου Ερνστ Λιούμπιτς, τον οποίο ανακάλυψα πριν από 20 χρόνια και έχω δει όλες τις ταινίες του. Είδα επίσης πολλούς stand-up comedians – λατρεύω τα μάτια του Λένι Μπρους

και του Αντι Κάουφμαν, βγάζουν μια απελπισία, παρότι κωμικοί. Γιατί η κωμωδία έχει απελπισία και δεν είναι τυχαίο που, και χρονολογικά ακόμα, οι κωμωδίες διέπρεψαν σε εποχές που στιγματίστηκαν από τεράστια προβλήματα, όπως του οικονομικού κραχ στην Αμερική». Η Γκουλιώνη λέει ότι είδε και νεότερους κωμικούς, ακτιβιστές των 80s, που πολέμησαν με τον τρόπο τους για τα ανθρώπινα δικαιώματα και μάλιστα σε prime time ζώνες της τηλεόρασης, σε μια εποχή που κάποια πράγματα δεν λέγονταν. «Γενικά θεωρώ ότι η κωμωδία έχει κάτι βαθιά ανθρώπινο και απελπισμένο».

Αναφέρω στην Γκουλιώνη ότι η άποψή της μου φέρνει στον νου μια ιστορία που μνημονεύω συχνά: πριν από πολλά χρόνια, με αφορμή την ταινία «Τροία» (2004) είχα συναντήσει τον Πίτερ Ο' Τουλ στη Νέα Υόρκη και τον είχα ρωτήσει για τον φίλο του τον Πίτερ Σέλερς. «Ο Πίτερ ήταν καταθλιπτικός» μου είχε απαντήσει ο Ο' Τουλ. «Κατά βάθος όλοι οι κωμικοί είναι καταθλιπτικοί. Δεν μπορεί να γίνει διαφορετικά». Η Γκουλιώνη συμφωνεί. «Παρατη-

ρώντας τα μάτια τους, το βλέπεις – ο Κάρι Γκραντ, ας πούμε. Ενώ είναι διαρκώς μέσα στα σαλόνια και τα πολυτελή ντεκόρ, τα μάτια του τρέχουν χιλιόμετρα. Θυμάμαι τον έβλεπα σε μια ταινία να κάθεται σε μια πολυθρόνα ή δίπλα σε ένα κομοδίνο και παρατηρώντας τα μάτια του ήταν ξεκάθαρο: έγραφαν χιλιόμετρα απελπισίας... Αγωνίας μάλλον. Λίγο σαν να μην τον χωρούσε ο τόπος...».

Ο πάντα απαιτητικός κόσμος της κωμωδίας

Η Κάτια Γκουλιώνη σημειώνει ότι αυτό το στοιχείο της απελπισίας το έχει ο «Νόμος του Μέρφου», που στηρίζεται σε μια ιδέα των Αγγελου Φραντζί, Κατερίνας Μπέη και Κωστή Σαμαρά, οι οποίοι συνυπογράφουν το σενάριο: «Η ταινία έχει πολλές μεταμορφώσεις, η ηρωίδα που υποδύομαι καλείται να “παίξει” κάποιες προβολές. Είναι μια ηρωίδα που θέλει να καταψύξει τα ωάρια της αλλά αντιλαμβάνεται ότι κανένα τους δεν είναι καλό. Οπότε υπάρχει μία εκδοχή που ας πούμε είναι μαμά με 13 παιδιά... Το ενδιαφέρον στην κωμωδία είναι ότι έχεις την αίσθηση πως καταργείται το περιβάλλον στο οποίο βρίσκεται ο ήρωας ή η ηρωίδα. Ολα είναι μια κατασκευή μέσα από την οποία προσπαθεί να περάσει ο/η κωμικός και στο τέλος να την καταστρέψει. Και αυτό μου άρεσε πολύ στην ταινία διότι η ηρωίδα μου πρέπει να υποδυθεί πολλούς χαρακτήρες προκειμένου να μη χάσει τη ζωή της».

Αναφέροντας στην Γκουλιώνη κάτι πάνω-κάτω γνωστό, ότι παρά τις δυσκολίες που έχει στην κατασκευή της η κωμωδία, θεωρείται κάπως «παρεξηγημένο» είδος ψυχαγωγίας, η ηθοποιός απαντά: «Συμφωνώ ότι είναι πολύ δύσκολο είδος και νομίζω ότι αυτό οφείλεται στην προσπάθεια να αποφύγουμε την αποτυχία. Είναι ένας συνεχής αγώνας. Συμφωνώ επίσης ότι το είδος είναι παρεξηγημένο – ο Θανάσης Βέγγος, για παράδειγμα, τον οποίο λατρεύω, ήταν ένας παρεξηγη-



«Ο “Νόμος του Μέρφου” έχει πολλές “μεταμορφώσεις”, η ηρωίδα που υποδύομαι καλείται να “παίξει” κάποιες προβολές» λέει η Κάτια Γκουλιώνη για την ιστορία της ταινίας του Αγγελου Φραντζί.



**Η κωμωδία είναι
πολύ δύσκολο
είδος και
νομίζω ότι αυτό
οφείλεται στην
προσπάθεια
να αποφύγουμε
την αποτυχία.
Είναι ένας
συνεχής αγώνας**



ΑΝΑΛΥΟΝΤΑΣ ΤΗΝ BARBIE

Επειτα από την τεράστια εισπρακτική επιτυχία της ταινίας που έφερε στο προσκήνιο τα πολλά πρόσωπα της διάσημης κούκλας, μουσεία design σε Ευρώπη και Αμερική ανατρέχουν στα 65 χρόνια παρουσίας της στα παιδικά (και όχι μόνο) δωμάτια.

ΑΠΟ ΤΗ ΜΑΡΙΑΕΝΑ
ΑΣΤΡΑΠΕΛΛΟΥ

Ήταν αγαπητή και πανταχού παρούσα, ήρθε και η ταινιά της Γκρέτα Γκέργουικ με την αληθινή «Barbie» Μάρκο Ρόμπι για να την καταστήσει και φεμινιστικό icon εκτός από ανελέητη fashionista. Όλοι μιλούν για την κούκλα που κάποτε ήταν συνώνυμη με το εξωπραγματικά τέλει σώμα, τα ξανθά μαλλιά και τα γαλανά μάτια και πλέον έχει βαλθεί να εκπροσωπήσει κάθε κορίτσι και τις ιδιαιτερότητές του και μουσεία design σπεύδουν να διοργανώσουν εκθέσεις στον απόηχο της αναζωπύρωσης του ενδιαφέροντος γύρω από την ιστορία της.

Μετά λοιπόν την «Barbie®: The Exhibition» (έως τις 23.2.25) στο Design Museum του Λονδίνου, μόλις εγκαινιάστηκε στο Museum of Arts and Design της Νέας Υόρκης η έκθεση με τίτλο «Barbie®: A Cultural Icon» για να προτείνει μια θέαση στη διαδρομή της 65χρονης ιστορίας της εμβληματικής κούκλας, εξετάζοντας τον τρόπο με τον οποίο έχει επηρεάσει τη μόδα και την pop κουλτούρα παγκοσμίως. Η ιστορικός κοστούμιών, σχεδιάστρια και συγγραφέας του βιβλίου



© MATTEL INC.

● Η πρώτη μαύρη Barbie συνάντησε τα παιδιά το 1980.

● Barbie έτοιμη για τη σχολική αποφοίτηση σε αμερικανικό σχολείο ή αλλιώς Peaches 'N Cream Barbie (1984).

ου «Barbie Takes the Catwalk: A Style Icon's History in Fashion» Κάραν Φένιερ, η οποία έχει επιμεληθεί τη νεοϋορκέζικη έκθεση, έχει σταχυολογήσει υλικό από τη συλλογή ενός ιδιώτη, του Ντέιβιντ Πορσέλο, και βεβαίως και από το απόθεμα της κατασκευάστριας εταιρείας Mattel και έχει ξεχωρίσει πάνω από 250 αυθεντικές vintage κούκλες Barbie, μέρος από την γκαρνταρόμπα της, διαφημίσεις και σημαντικά ιστορικά αντικείμενα από την ιστορία της, όπως το Barbie Dreamhouse™ που πρωτοδημιουργήθηκε το 1962. Υπάρχει και το ροζ αυτοκίνητό της Barbie Ultra 'Vette™, το οποίο κυκλοφόρησε το 1977 εμπνευσμένο από πραγματικά μοντέλα Corvette, εν προκειμένω σε φυσικό μέγεθος, για instagrammable εμπειρίες. Η έκθεση έχει ήδη κάνει περιοδείες σε πόλεις όπως το Φίνιξ και το Λας Βέγκας και έχει προσελκύσει χιλιάδες επισκέπτες. Η συγκεκριμένη διοργάνωση πραγματοποιείται σε συνεργασία με την Illusion Projects και τη Mattel Inc.

Όλα ξεκινούν, βέβαια, με την παρθενοική Barbie με το ασπρόμαυρο ριγέ μαγιό και τα ξανθά ή καστανά μαλλιά της πιασμέ-



© MATTEL INC.



BEACH CULTURE

In 1971 Barbie left her mod years behind and headed to Malibu with Ken, Christie, Francie, PJ and Skipper. With her new tan and sun-kissed blonde hair, Barbie epitomized the California surf scene—riding waves, skating on the boardwalk, and hanging out on the beach with friends.

Malibu Barbie

In 1971, Malibu Barbie debuted with a new face sculpt, including the addition of an open smile with pearly white teeth, and thanks to the groundswell of the feminist movement and female empowerment, her sparkling blue eyes faced forward for the first time. Ready to take on the new decade, Malibu Barbie was the ultimate surfer girl—suntanned with long, sun-kissed hair.



να σε αλογοουρά, όπως τη δημιούργησε η εμπνεύστριά της Ρουθ Χάντλερ, στα πρότυπα της γερμανικής Bild Lilli, μιας κούκλας που αναπαριστούσε μια ενήλικη γυναίκα. Η ιστορία είναι γνωστή: η συνιδρύτρια της Mattel εμπνεύστηκε από το παιχνίδι που είδε στο ταξίδι της στην Ευρώπη και αποφάσισε να δημιουργήσει μια παρόμοια κούκλα για την αμερικανική αγορά ορμώμενη από το ενδιαφέρον της κόρης της να παίζει με χάρτινες κούκλες τις οποίες φανταζόταν ως μεγάλες γυναίκες. Έτσι το 1959 γεννήθηκε η Barbie και, όπως είναι επίσης γνωστό, της δόθηκε το όνομα της κόρης της Χάντλερ, Μπάρμπαρα.

Barbie παντός καιρού

Ο στόχος και των δύο εκθέσεων είναι να μάθουν οι επισκέπτες πώς μια κούκλα που αρχικά απευθυνόταν μόνο σε παιδιά κατάφερε να εξελιχθεί σε ένα παγκόσμιο σύμβολο μόδας και στυλ και να γίνει μια αντανάκλαση των τάσεων κάθε εποχής: από τότε που ξεκινούσαν τα διαστημικά ταξίδια, στην άνοδο της μόδας της disco και του groovy στυλ των 70s, μέχρι τη σταδιακή αποδοχή της διαφορετικότητας και την ανάληψη ευθύνης της

συμπεριληπτικότητας. Οι κούκλες της δεκαετίας του '80 και του '90 εισήγαγαν διαφορετικά πρότυπα ομορφιάς και σωματότυπων, επισημαίνοντας τη διεύρυνση του οράματος της Mattel για την ποικιλομορφία, ενώ οι πιο πρόσφατες, από τα 00s και μετά, αντικατοπτρίζουν τις σύγχρονες τάσεις πάνω στα θέματα ταυτότητας, σπάζοντας το καλούπι παλαιότερων στερεοτύπων. Υποτίθεται ότι μέσα από την εξέλιξη της κούκλας και των αξεσουάρ της οι επισκέπτες/τριες αποκτούν μια σαφή εικόνα των κοινωνικών και πολιτισμικών αλλαγών που έλαβαν χώρα κατά τη διάρκεια αυτών των δεκαετιών. Για παράδειγμα, στη δεκαετία του '70 ο διακαής πόθος των κοριτσιών ήταν η Malibu Barbie (1971) με το σταρένιο, μαυρισμένο δέρμα της – περίπου α λα Φάρα Φόσετ – και το γαλάζιο ολόσωμο μαγιό. Στα 90s το πιο επιτυχημένο μοντέλο ήταν η Totally Hair Barbie (1992) ή, αν θέλετε, Ραπουνζέλ Barbie, με τα εξαιρετικά μακριά μαλλιά που έφταναν μέχρι τους αστραγάλους της και επέτρεπαν στα κορίτσια να κάνουν όσους καλλωπισμούς ονειρεύονταν με την κόμη της. Για την ακρίβεια, το συγκεκριμένο μοντέλο είναι το πιο επιτυχημένο όλων των επο-

● Η Malibu Barbie διασκεδάζει με τους φίλους της στη Δυτική Ακτή.



DID YOU KNOW?

* Mattel gave Malibu Barbie a fresh look for the first time, she featured an open smile and her iconic glasses were updated to forward-looking eyes.



χόν, καθώς έχει βρεθεί στα σπίτια δέκα εκατομμυρίων παιδιών.

Διαφορετικότητα και συμπερίληψη

Και επειδή τόση ώρα μιλάμε κατά βάση για τις επιθυμίες των λευκών κοριτσιών, να πούμε ότι η Black Barbie (1980) ήταν εκείνη που έφερε την επανάσταση, καθώς προώθησε την ποικιλομορφία και πρότεινε νέα πρότυπα ομορφιάς. Είχε προϋπάρξει η Christie, η πρώτη μαύρη κούκλα της Mattel, η οποία έκανε την εμφάνισή της το 1968. Ήταν φίλη της Barbie και αποτέλεσε μια σημαντική στιγμή στην ιστορία των συγκεκριμένων παιχνιδιών, καθώς η δημιουργία της εντάχθηκε στη γενικότερη προσπάθεια της εταιρείας να αντιπροσωπεύσει μεγαλύτερη ποικιλομορφία και να απευθυνθεί σε ένα ευρύτερο κοινό. Η εμφάνιση της Christie συνέπεσε με την περίοδο των κοινωνικών και πολιτικών αλλαγών στην Αμερική, όπως το κίνημα των πολιτικών δικαιωμάτων, και αποτυπώνει το δειλό ξεκίνημα της ευαισθησίας της κοινωνίας απέναντι σε θέματα φυλής και ισοτιμίας. Αν και δεν είχε τη δική της ξεχωριστή σειρά, η Christie έγινε ένα δημοφιλές πρόσωπο στον κόσμο της

Barbie, εμφανιζόμενη συχνά με μοντέρνα ρούχα και αξεσουάρ που αντικατόπτριζαν τις τάσεις της εποχής. Ακολούθησε η Julia (Barbie Doll), το πρόσωπο της οποίας βασίστηκε μάλιστα σε εκείνο της Νταϊάν Κάρολ, της πρώτης αφροαμερικανής ηθοποιού σε prime time σειρά, την ομώνυμη «Julia» (1968-1971). Η Christie και η Julia προετοίμασαν το έδαφος για τις μετέπειτα εκδόσεις της πρώτης μαύρης Barbie του 1980, την οποία σχεδίασε η Αφροαμερικανική Λουβένια «Kitty» Μπλακ Πέρκινς ως μια εντυπωσιακή γυναίκα με άφρο μαλλιά, μεγάλα κοσμήματα σε έντονα χρώματα και ένα κατακόκκινο σέξι φόρεμα με ένα μεγάλο σκίσιμο που άφηνε ακάλυπτο το πόδι της. Οι μαύρες γυναίκες που εμφανίζονται στο ντοκιμαντέρ «Black Barbie» (2023) της Λαγκουέρια Ντέιβις, το οποίο προβάλλεται στο Netflix, ανάμεσά τους και η Κίτι Μπλακ Πέρκινς, μιλούν για το πόσο ένιωσαν να ενδυναμώνονται μέσα από την εκπροσώπησή τους από μια τόσο δημοφιλή κούκλα – όχι ότι δεν έχουν επίγνωση ότι η ένταξη μαύρων και λοιπών μη λευκών προσώπων έγινε και για εμπορικούς σκοπούς. Η αρχική Barbie, που ήταν Ξανθιά και



● **Αριστερά:** Παλαιότερο μοντέλο της Barbie γιατρού, το 1973. **Κάτω:** Προθήκη της έκθεσης στη Νέα Υόρκη.



● **Αριστερά:** Η αρχετυπική Barbie με το ριγέ ολόσωμο μαγιό αποτελεί ένα περιζήτητο, συλλεκτικό μοντέλο. **Κάτω:** Το ονειρεμένο σπίτι της κούκλας, με το οποίο έπαιζαν τα παιδιά το 1962.



Στόχος και των δύο εκθέσεων, σε Λονδίνο και Νέα Υόρκη, είναι να μάθουν οι επισκέπτες πώς μια κούκλα που αρχικά απευθυνόταν μόνο σε παιδιά κατάφερε να εξελιχθεί σε ένα παγκόσμιο σύμβολο μόδας και στυλ και να γίνει μια αντανάκλαση των τάσεων κάθε εποχής



JASON HANFNER PHOTOGRAPHY