Recensie: Barbie: The Exhibition ***1/2

Design Museum Londen
zaterdag 28 december 2024



foto © Jo Underhill

Recensie:
Het moet gezegd, Barbie: The Exhibition dat nog tot en met 23 februari 2025 in het Design Museum in Londen te zien is, verbindt generaties en gaat over de tongen. Heerlijk om zien is het, hoe meisjes, tieners, twintigers, ouders en grootouders, maar ook al wie zich niet als vrouw identificeert, elk wel een verhaal te vertellen heeft over de verschillende poppen en de vele herinneringen en nostalgische gevoelens die Barbie, Ken, en andere poppen uit het Barbie-universum hen doet oproepen wanneer ze beneden door de tentoonstellingsruimte lopen. Alleen al daarom, om live vast te kunnen stellen wanneer je door deze expo wandelt, wat Barbie allemaal losweekt bij de bezoekers, valt het te overwegen om een kaartje te kopen, al is de grens tussen het educatieve gehalte van deze tentoonstelling die draait rond het icoon dat dit jaar 65 kaarsjes mocht uitblazen en product placement soms wel flinterdun.

Want jawel, Barbie, een van de best verkochte poppen aller tijden, heeft de speelgoedindustrie al 65 jaar in haar greep. Ze telt maar liefst meer dan 260 carrières van arts, over glamoureuze filmster en ballerina maar oefent ook beroepen uit zoals verpleegster en lerares. En toen er ook een astronautversie van Barbie gelanceerd werd, weerspiegelde dat de groeiende publieke interesse in ruimtevluchten, terwijl mama zijn destijds beschouwd werd als een aparte carrière op zichzelf. Barbie werd zo een veelzijdig, universeel en wellicht tijdloos rolmodel.
Barbie woonde ondertussen al in minstens 50 verschillende huizen maar ze beïnvloedde bovenal de sociale en emotionele ontwikkeling van verschillende generaties kinderen, en niet alleen meisjes want ook ondergetekende speelde in zijn kindertijd met Barbies. Vooral het uitkleden en terug aankleden - in een andere outfit uiteraard - behoorde tot een van mijn favoriete bezigheden toen.
Barbie: The Exhibition brengt onder andere onder de aandacht hoe de pop ontworpen werd, maar schetst ook de veranderende context die onder andere weerspiegeld wordt in het design van Barbies droomhuis en haar auto.
Het Barbie-droomhuis en de Californische invloed Het Barbie droomhuis, dat in 1962 het levenslicht zag, was meer dan alleen een speelgoedhuis, het weerspiegelde het Californië van de jaren '60, dat bekend stond om zijn glamour en vrijheid. Barbies wereld stond bol van de moderne, ambitieuze ontwerpen die het idee van vrouwelijke onafhankelijkheid en succes bevorderden, wat onder andere te zien was in de huizen en auto's die deel uitmaakten van haar universum. Om je een idee te geven: Barbies allereerste en tevens open bordkartonnen droomhuis uit 1962 bevatte onder andere een gecombineerde tv-stereo, een kast en planken

Dit artikel en zijn foto zijn auteursrechtelijk beschermd.
Herdistributie zonder schriftelijk akkoord is verboden.
This article and its picture are copyrighted.
No redistribution allowed.

vol boeken maar had verrassend genoeg géén keuken.
Het huis zorgde ervoor dat Barbie als een onafhankelijke vrouw beschouwd kon worden. Maar in werkelijkheid was het voor een vrouw in die tijd zo goed als onmogelijk om een hypotheek te krijgen zonder dat een man zich daarvoor borg stelde. Niet alleen dat was toen al een feministisch statement dat kon tellen, ook enkele van de jobs die Barbie destijds wist uit te oefenen, getuigde voor die tijd van bijzonder veel lef en ambitie omdat vrouwen simpelweg toen (nog) geen toegang hadden tot heel wat van die beroepscategorieën. Als zelfstandige/alleenstaande vrouw zouden ze zich zoals gezegd geen eigen wagen laat staan een huis alleen kunnen permitteren zonder het inkomen van een man die in de meeste gevallen bijna steeds de enige of belangrijkste kostwinnaar van het gezin was.
Hoe Barbie ontstond Ruth Handler, mede-oprichter van Mattel, introduceerde Barbie in 1959. Ze besloot een pop te creëren die een volwassen vrouw belichaamde. Ze had namelijk vastgesteld dat er voornamelijk babypoppen op de markt te koop waren terwijl ze goed aanvoelde dat - net zoals haar eigen dochter Barbara - meisjes (ook) graag met volwassenachtige poppen wilden spelen. Zo konden ze verschillende scenario's uitdokteren en hun fantasie gebruiken hoe hun eigen leven er als volwassen vrouw er later zou kunnen uitzien via verschillende rollenspelen.
Handler concludeerde toen ze Barbara met papieren poppen zag spelen dat 'kleine meisjes gewoon grote meisjes willen zijn' en er nog niets ontworpen was om aan die behoefte tegemoet te komen. Want in de jaren '50 waren er bijna uitsluitend poppen op de markt die op babies leken, met als doel jonge meisjes al van kindsbeen het klassieke rolpatroon in te lepelen door ze (stiekem) voor te bereiden om later te trouwen en zelf mama te worden wanneer ze volwassen zouden worden.
Inspiratie Ruth Handler ontdekte tijdens een reis naar Europa in 1956 de Duitse pop 'Lilli'. De inspiratie voor Barbies uiterlijk vond ze dus bij Lilli. Barbie kreeg al snel een ruim assortiment aan modeaccessoires en kledij mee die afzonderlijk te koop waren, wat uiteraard een commerciële meesterzet bleek, en de glamoureuze uitstraling van de pop versterkte. Handler realiseerde zich dat zo'n pop - die er als een glamoureuze volwassene uitzag en een uitgebreide garderobe had - kinderen meer en flexibelere mogelijkheden bood voor rollenspelen.
Dat ook modeontwerpers Barbie omarmden en zouden gebruiken als miniatuur/prototypemodel, in de laatste fase net voor het creatieproces op reële grootte en in menselijke maten zou plaatsvinden, hoeft dan ook niet te verbazen. De couturier Oscar de la Renta was de eerste en ontwierp een reeks outfits die los van de pop konden worden gekocht. De eerste samenwerkingen tussen Barbie en modehuizen waren die met Amerikaanse labels zoals de la Renta (1985) en Donna Karan (1995). Maar er zijn ook ontwerpen in Barbie: The Exhibition te ontdekken van niemand minder dan Yves Saint Laurent (2018) en Londens eigenste Richard Quinn (2021).
De eerste Barbie en haar invloed Al tijdens de lancering werd de eerste Barbie als een 'Teen Age Fashion Model' gelanceerd. Haar elegante uiterlijk en glamoureuze accessoires gaven haar een volwassen uitstraling, maar haar jonge, speelse uitstraling werd versterkt door haar beroemde paardenstaart. De pop werd meteen populair.
Alleen al in 1959 werden er maar liefst zo'n 300.000 exemplaren verkocht. Deze populariteit leidde tot een enorme uitbreiding van Barbies wereld, met de introductie van vriendinnen zoals Barbies beste vriendin Midge in 1963 en Ken, haar mannelijke tegenhanger, in 1961 die oorspronkelijk als haar lief in de markt werd gezet. Daarna werd de relatie tussen Ken en Barbie open gelaten zodat wie er ook met deze poppen wil spelen, zelf kan beslissen wat er tijdens het rollenspel rond hun vriendschaps/liefdesrelatie gebeurt.
Van pop naar merk Hoewel alles bij Barbie begon met een pop, werd het al snel een merk. De introductie van

Dit artikel en zijn foto zijn auteursrechtelijk beschermd.
Herdistributie zonder schriftelijk akkoord is verboden.
This article and its picture are copyrighted.
No redistribution allowed.

bijkomende poppen, accessoires en merchandise breidde de mogelijkheden voor rollenspelen uit, en Barbies wereld werd steeds meer gedetailleerd en divers.
Barbie werd een cultureel icoon, dat verschillende maatschappelijke ontwikkelingen weerspiegelde, zoals de opkomst van vrouwen op de werkvloer, terwijl ze daarvoor doorgaans aan de haard bleven en uitsluitend zich op het gezinsleven richtten (een rol waar trad wives tegenwoordig overigens naar teruggrijpen n.v.d.r.).
Barbies evolutie: van modepop tot cultureel symbool Door de jaren heen heeft Barbie zich voortdurend aangepast aan de maatschappelijke veranderingen. Van haar eerste verschijning als een blond, slank model, ontwikkelde Barbie zich tot een meer inclusief figuur.
Ze kan een verschillende afkomst, lichaamstype en/of zelfs een beperking hebben. Enkele voorbeelden? Miko en Teresa zijn de eerste Aziatische en Spaanse vrienden van Barbie. En Becky is de eerste Barbie in een rolstoel.
De Christiepop werd in 1968 geïntroduceerd. Ze was de eerste zwarte vriendin van Barbie die werd ontworpen met Afrocentrische trekken en haar. Voor haar eerste versie werd er inspiratie gezocht en gevonden bij enkele sterren uit de Motown muziekscene zoals Diana Ross en Gladys Knight.
In 1977 werd Christie opnieuw gelanceerd als 'Superstar Christie' en drie jaar later al opnieuw ontworpen. Christie zou uiteindelijk gezelschap krijgen van andere gekleurde personages en vanaf 1980 van Black Barbie zelf. Los daarvan is Christie al meer dan 55 jaar een centraal figuur in het universum van Barbie, en is ze wellicht hét symbool rond zwarte vertegenwoordiging voor generaties kinderen.
Barbie staat dus al lang niet meer uitsluitend voor een schoonheidsideaal vanuit een westers perspectief bekeken, maar ademt ook diversiteit en empowerment uit. De pop promoot zo de kracht van weerspiegeling in de speelgoedindustrie. Dat is ongetwijfeld een van dé hoofdredenen waarom ook de jongste generatie Barbie omarmt, omdat ze mee geëvolueerd is met de maatschappelijke ontwikkelingen wat haar als cultureel icoon nog steeds bijzonder relevant maakt.
Barbie sings! Begin jaren '60 werd de Barbie-merchandise geïntroduceerd wat varieerde van romans en stripboeken tot thermosflessen en platenspelers. In 1961 bracht Mattel Barbie Sings! uit, met Charlotte Austin als Barbie en Bill Cunningham als Ken. De 'zes geweldige tiener-muzieknummers', gericht op een jong vrouwelijk publiek, gaven de opwinding van de eerste tienerliefde weer. Ze vestigden Barbie en Ken als het prototype van de gezonde tienerromance.
Hoe het logo evolueerde Het Barbie-logo evolueerde om de behoeften van het merk te weerspiegelen, in lijn met bredere grafische ontwerptrends. De herontwerpen zijn mee geïnspireerd door de Pop Art-beweging en de veranderende tijdsgeest, wat uiteindelijk leidde tot het huidige logo dat sinds 2009 gebruikt wordt en terugkeert naar de originele stijl van 1959 om de nalatenschap van het merk te benadrukken.
Opvallend is dat het zeer succesvolle Barbie The Movie uit 2023 dat Greta Gerwig regisseerde met Margot Robbie in de hoofdrol als Barbie het Barbie-logo uit de periode 1976-1991 gebruikte. Het wordt gekenmerkt door een diepe slagschaduw en krachtigere typografie die naar de Pop Art-beweging verwijst. Uit de film zijn in de laatste zaal van Barbie: The Exhibition trouwens enkele outfits te zien waaronder die fluo gele met de inlineskates.
'You can be anything'Barbies carrièrepad maakt een belangrijk onderdeel uit van haar verhaal van haar beginjaren als modeontwerper tot haar rol in de jaren '80 als een carrièregerichte vrouw die werk en privéleven in balans wist zien te houden. Barbie heeft verschillende maatschappelijke veranderingen weerspiegeld. Haar iconische slogan 'You can be anything' benadrukt de mogelijkheden en ambities van al wie met de pop speelt, en via Barbie zo de eigen dromen kan vormgeven.
Want Barbie heeft veel jobs gehad die traditioneel door mannen gedomineerd werden vooral in de

Dit artikel en zijn foto zijn auteursrechtelijk beschermd.
Herdistributie zonder schriftelijk akkoord is verboden.
This article and its picture are copyrighted.
No redistribution allowed.

wetenschappelijke en dienstensector. Ze werd voor het eerst dokter in 1973, toen minder dan 10% van de Amerikaanse artsen vrouw was. In 1993 werd een Barbie pop geproduceerd die in het leger zat in de nasleep van Operatie Desert Storm, samen met een politieagentversie. De slogan uit de jaren '80 'We Girls Can Do Anything' is geëvolueerd tot de huidige slogan 'You can be anything'. De ambities van het kind dat met de pop speelt, wordt zo benadrukt, in plaats van de ongelijkheden op de arbeidsmarkt.

Door Barbie als rolmodel voor ambitieuze atleten en artiesten naar voor te schuiven, worden eigenschappen als discipline, teamwerk en zelfvertrouwen onder de aandacht gebracht bij de kinderen. Barbies carrières spelen in op de populaire cultuur, belangrijke wereldwijde gebeurtenissen en veranderende trends in muziek en film. Op die manier worden culturele momenten vertaald voor kinderen en kunnen ze ermee aan de slag door (ze na) te spelen.

Barbie spreekt! In 1968 spraken Barbie en haar vriendinnen voor het eerst. De Teen Talk Barbie bevatte in 1991 een chip die geprogrammeerd was om vier willekeurige zinnen af te spelen uit een totaal van 270 mogelijkheden. Toen de opties door de snel evoluerende digitale technologie groeiden, werd dat ook volledig benut zodat je in interactie kon gaan met Barbie. Zo beschikte Video Girl Barbie (2010) over een ingebouwde camera waardoor je je ermee bijkomend creatief kon uitdrukken.

Hoe Barbies uiterlijk veranderde De Barbiepop is door de jaren heen verschillende keren opnieuw ontworpen wat er mee voor gezorgd heeft dat ze maatschappelijk én cultureel relevant bleef. Na de oorspronkelijke pop uit 1959 volgden immers een breed scala aan verschillende hoofd- en lichaamsmallen de geleid hebben tot de huidige versies. Zo wist Barbie zich aan te passen aan de veranderende tijdsgeest en de diversiteit van onze samenleving te weerspiegelen. Iets wat ze ongetwijfeld ook zal blijven doen.

Elk prototype Barbie ontstaat trouwens op een traditionele, analoge manier. De gezichten worden namelijk met de hand geschilderd. Ook het naaien van de toiles voor de jurk wordt met de hand uitgevoerd bij die eerste versies. Geavanceerde digitale technieken worden dan weer ingezet om de poppengezichten en accessoires vorm te geven. Pas daarna gaan ze in massaproductie en daar komt uiteraard geen handwerk meer aan te pas.

Borsten ontwikkelen en een zwangerschap Skipper, Barbies kleine zusje, werd in 1975 omgevormd tot een tiener. Bedoeling was dat 'Growing Up Skipper' de kloof tussen deze twee versies overbrugde. De romp van de pop bevat een mechanisme dat wordt geactiveerd door aan haar arm te draaien, waardoor ze langer wordt en borsten ontwikkelt. Bedoeling was dat deze vereenvoudigde versie van de puberteit kinderen geruststelde dat het ok was om op te groeien.

In 2002 werd er een Midgepop in de 'Happy Family' serie op de markt gebracht die zwanger was. Bedoeling was om kinderen op een kindvriendelijke manier de geboorte en het moederschap voor te stellen. Maar heel wat ouders zagen dat anders en vreesden dat Mattel zo stiekem tienerzwangerschappen wou promoten. De pop, met magnetische, afneembare zwangere buik waarin een opgerolde baby zat, en babyaccessoires zoals een wieg, babyspeelgoed en een luiertafel werd 2 jaar geleden uit de handel genomen. Of hoe het merk dus blijkbaar ook rekening houdt met kritiek.

Hoe Barbie doen bewegen? Barbie laten bewegen, was cruciaal om haar aantrekkingskracht te vergroten zodat er nog meer mogelijkheden ontstonden voor kinderen om hun rollenspelen uit te breiden. Zo stellen mechanismen onder de plastic buitenkant van de pop Barbie en haar vrienden in staat om te lopen, te praten, te dansen en zelfs te groeien.

In 1971 konden kinderen Live Action Barbie op een standaard doen schommelen zodat ze haar taille kon laten draaien en grooven. En in 1995 konden ze Dance Moves Barbie helpen met het oefenen van haar high kicks zodat ze klaar was om daarna de dansvloer te veroveren.

Dit artikel en zijn foto zijn auteursrechtelijk beschermd.
Herdistributie zonder schriftelijk akkoord is verboden.
This article and its picture are copyrighted.
No redistribution allowed.

De introductie van het buigzame Ever-Flex lichaam in 2003, met zacht vinyl rond een intern gewricht, gaf de Dance 'n Flex poppen bijna onbeperkte bewegingsvrijheid. Met microfoons, cassettespelers en een draagbare stereo-installatie leggen deze dansende Barbies de muziektrends en routines uit hun tijd vast.
Aangepast aan de huidige tijdsgeest 'Barbie: The Exhibition' biedt een behoorlijk volledig overzicht over de iconische pop die al meer dan zes decennia een invloedrijke rol speelt in de speelgoedindustrie en de bredere cultuur. Van haar eerste verschijning op 9 maart 1959 op de New York Toy Fair tot de moderne, inclusieve Barbie van vandaag, Barbie heeft zich duidelijk aangepast aan de tijdsgeest om beter de realiteit van onze diverse samenleving te weerspiegelen maar ook om commercieel relevant te blijven en verschillende (niche)markten te kunnen (blijven) aanboren.
Barbie is dus niet gewoon maar een speelgoedpop. Ze weerspiegelt dromen, ambities en mogelijkheden van voornamelijk meisjes, maar niet uitsluitend meisjes, en dat over de hele wereld. Niet verwonderlijk dat ze als een symbool, en een cultureel icoon aanzien wordt en dus een overzichtstentoonstelling als deze verdiende.

< Bert Hertogs >
Omwille van tijdsgebrek maakte deze recensie deels gebruik van chatgpt om de selectie van zaalteksten die de auteur relevant vond om er zijn verhaal rond te bouwen, te vertalen en samen te vatten. Die output werd weliswaar stevig herschreven en aangevuld met details die de auteur wél belangrijk vond maar volgens hem ten onrechte weggelaten werden door de AI-gegenereerde samenvatting. Daarnaast integreerde hij her en der zijn persoonlijk commentaar.
AI kan een handige tool zijn om het werk van onder andere een journalist/recensent te vergemakkelijken maar zal en kan die nooit volledig vervangen omdat menselijke controle en je mening integreren steeds noodzakelijk zal zijn.

Dit artikel en zijn foto zijn auteursrechtelijk beschermd.
Herdistributie zonder schriftelijk akkoord is verboden.
This article and its picture are copyrighted.
No redistribution allowed.