

Izabela Adamczyk

Katedra Porównawczych Studiów Cywilizacji Uniwersytetu Jagiellońskiego

## FULLA – BARBIE W HIDŻABIE. ANALIZA FENOMENU I JEGO ODBIÓR SPOŁECZNY

### WSTĘP

Na całym świecie dzieci bawią się bardzo różnymi zabawkami, co może wynikać z wielu przyczyn. Ważną rolę odgrywają między innymi wiek i płeć bawiącego się czy zróżnicowanie kultur świata<sup>1</sup>. Ciekawym przykładem zabawki silnie bazującej na wartościach kulturowych jest lalka Fulla, która powstała z myślą o małych muzułmankach. Punktem wyjścia do analizy fenomenu Fulli jest krótka charakterystyka zabawkarskiego rynku arabsko-muzułmańskiego (uwzględniono przede wszystkim produkty dla dziewczynek). Sam opis lalki i analiza zawartości reklam, a także spojrzenie na opinie na temat tej zabawki, pomoże w zrozumieniu popularności Fulli, która niejednokrotnie porównywana jest do amerykańskiej lalki Barbie.

### LALKI DLA MAŁYCH MUZUŁMANEK

Jedną z pierwszych lalek dostosowanych typowo do potrzeb muzułmanów była Razanne, której projekt powstał w latach 90-tych XX wieku. Twórcami tej zabawki są Ammar Sadeh i jego żona, mieszkający w USA<sup>2</sup>. Razanne trafiła na rynek w 1996 roku dzięki firmie Noorart i sprzedawana była przede wszystkim drogą elektroniczną. Odbiorcami tego produktu mieli być przede wszystkim muzułmanie mieszkający na Zachodzie.

---

<sup>1</sup> Po konferencji naukowej pt. *Zabawka – czy tylko dla dzieci? Gry i zabawki w kultrach świata* została wydana monografia zawierająca badania prelegentów nad wielokulturowym fenomenem zabawki. Zob. *Zabawka – czy tylko dla dzieci? Gry i zabawki w kultrach świata*, red. M. Błaszowska et al., Kraków 2013, [on-line:] <http://www.maska.psc.uj.edu.pl/numery/monografie-naukowe/zabawka-czy-tylko-dla-dzieci-> [20.08.2014].

<sup>2</sup> Por. P. Morey, *Framing Muslims: Stereotyping and Representation after 9/11*, Harvard University Press, s. 183.

Z kolei w 2002 roku na rynku irańskim pojawiły się dwie lalki Sara i Dara<sup>3</sup>. Stworzone zostały przez irański Instytut Rozwoju Intelktualnego Dzieci i Młodzieży<sup>4</sup>. Po zakazie sprzedaży Barbie to właśnie urocza, irańska para – Sara i Dara – miała wypełnić tę lukę i zaspokoić potrzeby najmłodszych irańskich konsumentów<sup>5</sup>.

Jeszcze inną propozycją była Salma<sup>6</sup>, określana „muzułmańską lalką Barbie”, której autorką jest Sukmawati Suryaman – matka i właścicielka prywatnej firmy z Indonezji. Firma Mattel, twórca Barbie, także wprowadziła do swojej oferty kilka produktów nawiązujących do kultury arabskiej. W 1999<sup>7</sup> i w 2013<sup>8</sup> roku weszły do sprzedaży dwie lalki, które wyglądem zewnętrznym nawiązywały do tradycyjnych, ale historycznych strojów bliskowschodnich<sup>9</sup>.

To tylko niewielki wycinek spośród całego wachlarza produktów, które stworzone były z myślą o muzułmańskich dzieciach<sup>10</sup>. Biorąc pod uwagę ogromną konkurencję, stajemy przed pytaniem, co rzeczywiście sprawiło, że to Fulla, stała się tak niesamowicie popularna.

## FULLA

Lalka Fulla jest ładząco podobna do Barbie. Korpus, twarz i mechanizm poruszania kończynami jest bardzo zbliżony do mechanizmu Barbie. Sama zabawka ma około 30 cm wysokości, tak jak jej „zachodnia koleżanka”, ale karnację i włosy ma zdecydowanie ciemniejsze. Ponadto, istotne są różnice w budowie – lalka Fulla ma wtopioną w korpus bieliznę oraz mniejsze piersi<sup>11</sup>. Celem takiego zabiegu było

<sup>3</sup> Por. C. Poe, *Iran declares war on Barbie*, „Washington Times”, [on-line:] <http://communities.washingtontimes.com/neighborhood/ad-lib/2012/jan/21/iran-declares-war-barbie/> [20.06.2014].

<sup>4</sup> Por. Ch. Bailey, *Muslim ‚Barbie and Ken’ dolls created by Iranian government*, „The Telegraph”, [on-line:] <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/middleeast/iran/3071622/Muslim-Barbie-and-Ken-dolls-created-by-Iranian-government.html> [20.06.2014].

<sup>5</sup> Por. *Iran Bans Barbie: Meet Sara and Dara*, „Arutz Sheva. Israel National News”, [on-line:] <http://www.israelnationalnews.com/News/News.aspx/151804#.U66717Hwpzs> [20.06.2014].

<sup>6</sup> Por. L. Sulthani, *Barbie inspires modest, Muslim alternative*, „Reuters”, [on-line:] <http://uk.reuters.com/article/2007/10/10/life-indonesia-doll-dc-idUKL1016869520071010> [21.06.2014].

<sup>7</sup> Por. Moroccan Barbie Doll, Barbie Collector, 1999, [on-line:] <http://www.barbiecollector.com/shop/doll/moroccan-barbie-doll-21507> [24.06.2014].

<sup>8</sup> Por. Morocco Barbie Doll, Barbie Collector, 2013, [on-line:] <http://www.barbiecollector.com/shop/doll/morocco-barbie-doll-x8425> [24.06.2014].

<sup>9</sup> Sądzę, że celem wprowadzenia na rynek serii „Dolls of the World” [„Lalki Świata”] było zaprezentowanie i „oswojenie” małych miłośniczek Barbie wychowanych w krajach zachodnich z ogromną różnorodnością kulturową świata, niekoniecznie ukazując prawdziwy, współczesny wygląd kobiet z krajów arabsko-muzułmańskich.

<sup>10</sup> Takich lalek arabsko-muzułmańskich jest bardzo wiele, jednak są one produkowane na niewielką skalę i nie zyskały nigdy takiej popularności jak Fulla czy chociażby Razanne. Por. K. Górak-Sosnowska, *Muzułmańskie lalki Barbie*, [w:] eadem, *Muzułmańska kultura konsumpcyjna*, Warszawa, 2011, s. 238.

<sup>11</sup> Por. Materiał graficzny zamieszczony na stronie internetowej, [on-line:] <http://nicola-mesken.com/reportage/eine-barbie-in-katar/> [24.06.2014].

uzyskanie młodszego wyglądu lalki<sup>12</sup>. Jeśli chodzi o strój to początkowo ograniczony był do czarnej abaji i chusty, a w pudełku z lalką miłośniczka Fulli mogła znaleźć także mały dywanik modlitewny czy różaniec muzułmański. Obecnie producenci Fulli wyszli naprzeciw oczekiwaniom konsumentów z różnych krajów muzułmańskich, dlatego garderoba Fulli cały czas się powiększa i staje się coraz bardziej kolorowa. Najbardziej barwne są rzecz jasna te ubranka, które może zakładać przebywając z rodziną. Jednak zawsze ubiór Fulli jest stosowny, zgodny z nakazami islamu. Odpowiednio zakryta wychodzi na zewnątrz, natomiast w domu, wśród rodziny, może odsłonić swoje czarne włosy.

Fulla posiada swoją stronę internetową, gdzie została przedstawiona jako 16-letnia pobożna dziewczyna. Zgodnie z opisem producenta, Fulla jest też dobrą córką i przyjaciółką. Szanuje rodziców, lubi się uczyć, czytać, modli się oraz zachowuje wszelkie nakazy islamu. Ponadto jest rozważną i ambitną dziewczyną, która wszystkim darzy ogromną empatią. Jej wymarzonymi zawodami są lektorka lub nauczycielka. Ma dwójkę rodzeństwa i dwie przyjaciółki. Jest „Arabką, ciałem i duszą”<sup>13</sup>.

Opis ten sugeruje, iż Fulla jest ucieleśnieniem muzułmańskiego ideału dziewczyny. W przeciwieństwie do pewnej siebie i zdeterminowanej Barbie, jest spokojna i posłuszna. Różnice wartości w jakie lalki zostały „opakowane” pokazują olbrzymią przepaść ideologiczno-normatywną między Fullą a Barbie. Dzięki rosnącej popularności lalki, producenci zabawki poszerzyli swoją ofertę. Obok czarnowłosej lalki na rynku pojawił się bogaty asortyment produktów dla muzułmańskich dziewczynek. Marką Fulla sygnowanych jest mnóstwo przedmiotów<sup>14</sup>, począwszy od wyprawek szkolnych, przez produkty spożywcze, na kosmetykach kończąc.

## REKLAMY

Reklamy Fulli są niezwykle różnorodne. Jedne są przygotowane bardziej uniwersalnie, inne są stworzone z myślą o konkretnych okolicznościach. W tradycji muzułmańskiej istnieje zwyczaj obdarowywania się prezentami podczas obchodów różnych świąt, stąd też w okresie poprzedzającym najważniejsze z nich producenci emitują nowe reklamy swojego produktu, aby przykuć uwagę potencjalnych odbiorców. W jednej z takich okolicznościowych reklam wyświetlanych przed i w trakcie Ramadanu, Fulla dekoruje wraz z rodzeństwem dom, aby móc odpowiednio świętować<sup>15</sup>. Niektóre reklamy Fulli ukazują ją jako pobożną muzuł-

<sup>12</sup> W filmie „Barbie z Damaszku” (reż. Diana El Jeiroudi, 2007) menadżer odpowiedzialny za promocję tej zabawki komentuje różnice między Barbie i Fullą.

<sup>13</sup> Opis Fulli na oficjalnej stronie internetowej w zakładce *About Fulla*, [on-line:] <http://fulla.com/> [20.06.2014].

<sup>14</sup> Por. S. Taylor, *Lalka, która ma wszystko – prawie wszystko*, tłum. P. Likus, [on-line:] <http://www.likus.art.pl/tekst/index.php?id=fulla> [23.06.2014].

<sup>15</sup> Por. *Fulla Song Ramadan*, YouTube, [on-line:] [https://www.youtube.com/watch?v=\\_K6bOHbn1nQ](https://www.youtube.com/watch?v=_K6bOHbn1nQ) [23.06.2014].

mankę, modlącą się w swojej różowej szacie modlitwnej<sup>16</sup>. Ma to niebagatelny wpływ na dzieci, które pragną robić, to co ich idolka, na przykład oddawać się gorącej modlitwie<sup>17</sup>. Kolejnym rodzajem promocji są tak zwane „reklamy edukacyjne”, w których na przykład Fulla-dentystka, która przypomina dzieciom jak ważne jest dbanie o zęby<sup>18</sup>. W jeszcze innych reklamach można zobaczyć Fullę zwiedzającą najważniejsze miejsca w świecie arabskim<sup>19</sup> bądź też prezentującą stroje regionalne<sup>20</sup>.

Reklamy Fulli poza spełnianiem swojego podstawowego zadania: promowania i namawiania do zakupu produktu, pełnią zarazem funkcję edukacyjną. Zasady działań promocyjnych firmy NewBoy, produkującej Fullę, czy firmy Mattel, odpowiedzialnej za Barbie, są do siebie bardzo zbliżone. Szeroko zakrojone kampanie promujące zabawki różnią się jednak zasadniczo treścią – przedstawiane postawy i wzorce kreowane przez Barbie i Fullę są odmienne, ale zgodne z normą kulturową obszaru, w jakim funkcjonują.

## OPINIE

Fenomen Fulli był szeroko komentowany w mediach bliskowschodnich i zachodnich. Odkąd zabawka trafiła na rynek, dostrzegano jej zarówno dobre, jak i złe strony. Podczas gdy Barbie w wielu krajach arabskich została zakazana, okrzyknięta „żydowską lalką”, a jej „bezwstydny sposób ubierania i postępowania jest symbolem upadku na zdemoralizowanym Zachodzie”<sup>21</sup>, Fulla wkroczyła do mużmańskich domostw, by zabawiać małe dziewczynki. Mohammed Al-Sabbagh, menadżer w Space Toon w Damaszku, który prowadzi dział z zabawkami mówi: „Fulla jest jedną z nas, Barbie jest nadal obca. (...) Fulla jest moją siostrą, moją

<sup>16</sup> Por. *Fulla Song Al-Salat*, YouTube, [on-line:] [https://www.youtube.com/watch?v=P\\_7TGxgSzjw](https://www.youtube.com/watch?v=P_7TGxgSzjw) [23.06.2014].

<sup>17</sup> Modlitwa jako jeden z filarów wiary należy do grupy najważniejszych praktyk religijnych w islamie; jej żarliwe odmawianie jest najbardziej czytelną oznaką pobożności. (Por. *Filary wiary*, [w:] A. Marek, A. Skowron-Nabolczyk, *Leksykon dla dziennikarzy. Nie bój się islamu*, [on-line:] <http://www.wiez.com.pl/islam/index.php?trescsl=28> [20.08.2014].) Ponadto, w jednej ze scen filmu „Barbie z Damaszku” (reż. Diana El Jeiroudi, 2007) ukazano dziewczynkę, która po obejrzeniu reklamy Fulli, sama zapragnęła się pomodlić. (Por. M. Wolska-Długosz, *Wpływ reklamy na zachowanie się dzieci i młodzieży*, „SCENO Zeszyty Naukowe” nr 2/2006, s. 325–335, [on-line:] [http://www.sceno.edu.pl/konferencja/8\\_27.pdf](http://www.sceno.edu.pl/konferencja/8_27.pdf) [20.08.2014].)

<sup>18</sup> Por. *Fulla Song The Dentist*, YouTube, [on-line:] <https://www.youtube.com/watch?v=FORH8jGGvng> [23.06.2014].

<sup>19</sup> Por. *Fulla Arab World Song*, YouTube, [on-line:] <https://www.youtube.com/watch?v=Z3Fcfm3506w> [23.06.2014].

<sup>20</sup> Por. *Fulla Traditional*, YouTube, [on-line:] <https://www.youtube.com/watch?v=kTsgVSttKl8> [24.06.2014].

<sup>21</sup> „Jewish” Barbie Dolls Denounced in Saudi Arabia, Oficjalna strona Anti-Defamation League, [on-line:] [http://archive.adl.org/main\\_arab\\_world/barbie.html#.U7ANE7Hwpzs](http://archive.adl.org/main_arab_world/barbie.html#.U7ANE7Hwpzs) [24.06.2014]. Według oficjalnych źródeł ministerstwa w Arabii Saudyjskiej, właścicielem firmy zajmującej się importem Barbie byli właśnie Żydzi. Por. *Religious Police take after Barbie*, [on-line:] <http://www.washingtontimes.com/news/2004/jan/2/20040102-112738-9433r/?page=all> [20.08.2014].

żoną, moją matką. Pochodzi z tej samej kultury co ja”<sup>22</sup>. Ponadto uważa się, że Fulla sprzedaje się lepiej, ponieważ „jest bliższa arabskim wartościom”<sup>23</sup>. Aby jeszcze bardziej zbliżyć konsumentki do swojego produktu, w połowie 2009 roku producent na stronie Fulli dodał wiele nowych treści i aplikacji. Celem takiego działania było stworzenie społeczności dla fanek lalki<sup>24</sup>. Blog, gry czy klub Fulli sprawiły, że dziewczynki ją kochają, traktują jak przyjaciółkę i powierniczkę, pytając o rozwiązanie różnych problemów<sup>25</sup>.

Krytyka Fulli, najczęściej słyszana z zachodniej strony świata, dotyczy niejednokrotnie tych samych aspektów, za które krytykowana była Barbie. Fulla kreuje pewne wzorce postrzegania roli kobiety w społeczeństwie i choć sami Arabowie widzą w tym właśnie główną zaletę lalki, to nie dostrzegają wielu wynikających z tego zagrożeń. Według niektórych przecenia się siłę wpływu lalki jako kreatora (i stymulatora) odpowiednich postaw; niedoceniając tym samym roli szkoły i rodziny, wpajających odpowiednie wartości i zachowania<sup>26</sup>.

Lalka, poprzez swój ubiór, miała reprezentować postawę muzułmańskiej skromności jako jedyną właściwą, w przeciwieństwie do „zachodniego kultu ciała”, z którym tak bardzo kojarzona jest Barbie. Założenie to jest jednak bardzo pozorne i złudne. Mimo, że Fulla nosi hidżab i jej budowa anatomiczna różni się nieco od budowy Barbie, w dalszym ciągu to, co najważniejsze w Fulli, to właśnie cielesność i powierzchowność. Płeć według Judith Butler jest „powtarzalnym odgrywaniem poprzez praktyki kulturowe”<sup>27</sup>, a biorąc pod uwagę fakt, że zabawa jest taką praktyką – lalki mogą mieć istotny wpływ na kształtowanie się u dziewczynek poczucia kobiecości zgodnego z wartościami danej kultury. W tym miejscu trzeba uściślić, że lalki czy zabawki przypominające ludzi bądź zwierzęta nie są jednoznacznie dozwolone w islamie. Argumentem przemawiającym za akceptacją (choć z pewnymi zastrzeżeniami) zabawy lalkami był właśnie walor edukacyjny – przygotowanie do muzułmanek do bycia matkami<sup>28</sup>. Fulla wobec tego jawi się jako kolejna materializacja porządkanych wzorców zachowania kobiet z kręgu kultury arabsko-muzułmańskiej.

Wyprodukowanie tej lalki i jej rosnąca popularność potwierdzają stereotyp na temat muzułmańskiej społeczności: muzułmanie nie są w stanie funkcjonować

<sup>22</sup> *Barbie who?*, “The Age”, [on-line:] <http://www.theage.com.au/news/world/barbie-who/2005/12/22/1135032135789.html> [24.12.2013].

<sup>23</sup> *Barbie loses out to veiled rival*, BBC News, [on-line:] [http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle\\_east/4605334.stm?ls/](http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle_east/4605334.stm?ls/) [25.06.2014].

<sup>24</sup> Por. K. Górak-Sosnowska, *Muzułmańska kultura konsumpcyjna*, Warszawa 2011, s. 243 (rozdział *Muzułmańskie lalki Barbie*).

<sup>25</sup> Wypowiedzi i pytania dziewczynek można przeczytać na stronie Fulli w zakładce *Club*. (Oficjalna strona internetowa Fulli, [on-line:] [www.fulla.com](http://www.fulla.com) [23.06.2014].)

<sup>26</sup> R. Adamson, *Can Fulla save Muslim girls from Barbie?*, „The Christian Science Monitor”, [on-line:] <http://www.csmonitor.com/2005/1125/p08s02-coop.html> [23.06.2014].

<sup>27</sup> J. Butler, *Gender Trouble: Feminism and Subversion of Identity*, Nowy Jork, 1999, [za:] P. Morrey, *Framing Muslims...*, s.190.

<sup>28</sup> Więcej na temat lalek w islamie: zob. K.Górak-Sosnowska, op. cit., s. 234–235.

obok Zachodu, ani sprostać wymogom sekularnej nowoczesności<sup>29</sup>. Można upatrywać tego w różnicach kulturowych i odmiennych wartościach religijnych, jednak historia pokazała długą tradycję kosmopolityzmu w świecie muzułmańskim<sup>30</sup>. Peter Morey i Amina Yaqin właśnie w marketingu i brandingu towarów islamskich dopatrują się „nowej odsłony” kosmopolityzmu muzułmańskiego<sup>31</sup>. Produkty dyktowane na rynek muzułmański łączą w sobie skrajne postawy i wartości. Z jednej strony – konsumpcjonizm i kapitalizm przyjęty z Zachodu, z drugiej – religijność muzułmańską. Katarzyna Górak-Sosnowska, porównując Barbie i Fullę, zauważa, że obie są nośnikami przede wszystkim zachodnich wartości i wzorów kulturowych, a przeciwstawianie je sobie uważa za bezpodstawne<sup>32</sup>.

Zauważa się także, że Fulla może pomóc arabskim dziewczynkom przyzwyczaić się do hidżabu i łatwiej będzie go założyć – równocześnie jest to krytykowane, gdyż taka decyzja nie powinna być podejmowana pod wpływem lalki<sup>33</sup>. Ponadto ta „muzułmańska Barbie” może ułatwić europejskim dzieciom zaakceptowanie różnic kulturowych. Zwłaszcza, gdy rodzice małej dziewczynki (niezależnie od wyznania) są zmuszeni podróżować czy zamieszkać w kraju muzułmańskim. Francuzka, która przeniosła się na Bliski Wschód, mówi:

Początkowo kupowałam Fullę jako kiczowaty, zabawny prezent dla odwiedzających mnie przyjaciół. Teraz szukam lalki dla mojej córki. Mieszkamy w Teheranie i musimy nosić czarczaf. W tej sytuacji zabawa blondynką Barbie nie ma sensu<sup>34</sup>.

Bardzo interesujące jest to, że Fulla nie posiada przyjaciela/chłopaka<sup>35</sup>. Brak „arabskiego Kena” jest zrozumiały, gdyż islam nie pozwala na zbyt poufałe kontakty kobiet z mężczyznami niespokrewnionymi<sup>36</sup>. Choć można by uznać, że należy od najmłodszych lat pokazywać dziewczynkom, iż powinny być nie tylko dobrymi córkami czy siostrami, ale także żonami, to producenci nie przewidują powstania „przyjaciela dla Fulli”, Alego czy Muhammada.

Fulla, ale także i inne produkty przeznaczone na rynek przede wszystkim arabsko-muzułmański, krytykowane są także za to, że są tworzone tylko dla zysku,

<sup>29</sup> Por. P. Morey, op. cit., s. 185.

<sup>30</sup> Idea kosmopolityzmu islamskiego sięga czasów Imperium Osmańskiego. Znane były takie ośrodki miejskie jak np.: Aleksandria (nawet do lat 20. XX w. gościła wielu obcokrajowców), Bejrut czy Istanbuł, słynące z otwartego, wielonarodowego i często wielowyznaniowego charakteru. Por. P. Morey, op. cit., s. 180.

<sup>31</sup> Ibidem, s. 181.

<sup>32</sup> Zob. K. Górak-Sosnowska, op. cit., s. 245.

<sup>33</sup> Ibidem, s. 244.

<sup>34</sup> *Muzułmańska Barbie*, Onet, [on-line:] <http://wiadomosci.onet.pl/prasa/muzulmanska-barbie/xxztn> [25.06.2014].

<sup>35</sup> A. Lakner, *Barbie po arabsku – czyli Fulla, kobieta perfekcyjna*, Etnosystem.pl, [on-line:] <http://etnosystem.pl/magazyn/7476-fulla-arabska-barbie> [20.06.2014].

<sup>36</sup> W surze An-Nisa znajdujemy informację, których kobiet mężczyźni nie mogą poślubić i jednocześnie względem takiego pokrewieństwa nie obowiązuje zasada hidżabu. (Koran, 4:23).

pomimo że w zasadzie w tym aspekcie nie różnią się zbyt od „niemułmańskich” odpowiedników. Marta Minakowska porusza kwestię walki z westernizacją poprzez wprowadzanie takich produktów jak na przykład Fulla. Nazywa to zjawisko „handlem religią i jej wartościami”<sup>37</sup>. Czy rzeczywiście, konieczne jest wprowadzanie takich produktów na rynek? O ile zrozumiałym jest, że namawianie do kupna lokalnych wytworów ma wspomagać gospodarkę tychże krajów, o tyle wskazywanie na niepowtarzalność sprzedawanych przedmiotów poprzez pryzmat wartości, w które są „opakowane”, może być źródłem krytyki i zastrzeżeń. Jednak przyglądając się naszym rodzinnym stronom, czy sprzedawanie wszelkich dewocjonaliów, jak na przykład pamiątek z pielgrzymki na Jasną Górę, nie jest analogicznym zjawiskiem?

Zachodni odbiorcy mają bardzo różne opinie na temat lalki. Często jest kupowana jako mułmański dodatek do kolekcji lalek lub ze względu na dobrze wykonane ubranka, w które potem ubiera się Barbie<sup>38</sup>. Lalka ta to przede wszystkim komercyjny produkt, który nie miałby tylu odbiorców, gdyby nie dwa równoległe procesy zachodzące na Bliskim Wschodzie: wzrost religijności młodych ludzi (zwłaszcza wśród kobiet; wiele gwiazd zaczęło nosić hidżaby, czego dotąd nie robiły), a także komercjalizacji religii<sup>39</sup>.

## PODSUMOWANIE

Fulla staje się pewnego rodzaju ikoną. W większości krajów arabsko-mułmańskich jest doceniana, jednak dostrzega się także wady tego pomysłu, (w Tunezji lalki zostały skonfiskowane z uwagi na możliwe konflikty na tle religijnym)<sup>40</sup>. Różnice między Barbie i Fullą to przede wszystkim odmienne wartości, które zostały im przypisane. Jednak biorąc pod uwagę wypowiedzi małych dziewczynek na temat Fulli czy rosnącą ilość asortymentu sygnowanego marką Fulla, można mieć wątpliwości czy bliskowschodnia i zachodnia lalka różnią się czymś więcej poza ubrankiem. Niejedna mała mułmanka mówi: „Chciałabym być jak Fulla”<sup>41</sup>. Obie lalki, Barbie i Fulla, z założenia wpływają na podobne sfery życia młodych dziewczynek. „Ten kawałek plastiku staje się reprezentacją różnych pozycji społecznych”<sup>42</sup> – tak o Barbie wypowiada się Mary F. Rogers. Te słowa równie dobrze można odnieść do Fulli i jej roli w krajach arabskich i społecznościach mułmańskich na Zachodzie. Wzorce osobowe odpowiadające standardom islamu, które Fulla ma za zadanie kreować, stają się symbolem unikatowości kultury mułmańskiej,

<sup>37</sup> M. Minakowska, *Mułmańska siła nabywca*, [on-line:] [http://www.mojeopinie.pl/muzulmanska\\_sila\\_nabywca,3,1265147502](http://www.mojeopinie.pl/muzulmanska_sila_nabywca,3,1265147502) [23.06.2014].

<sup>38</sup> Opinie na temat lalek Fulla zaczerpnięte z portalu Amazon.com.

<sup>39</sup> Por. K. Górak-Sosnowska, op. cit., s. 242.

<sup>40</sup> Por. M. Al-Hamroni, U. Al-Humaidy, *Hijab-clad Fulla 'Wanted' in Tunisia*, [on-line:] <http://www.onislam.net/english/news/africa/422811.html> [20.08.2014].

<sup>41</sup> *Fulla Doll Review*, YouTube, [on-line:] [https://www.youtube.com/watch?v=su0y\\_7nIXGo](https://www.youtube.com/watch?v=su0y_7nIXGo) [29.06.2014].

<sup>42</sup> M. F. Rogers, *Barbie jako ikona kultury*, tłum. E. Klekot, Warszawa, 2003, s. 20.

którą przeciwstawia się kulturze Zachodu. Jeden z irańskich sprzedawców pokusił się nawet o stwierdzenie, że „Barbie szkodzi bardziej niż amerykańskie rakiety”<sup>43</sup>. Dbanie o kulturę i kultywowanie pewnych tradycji jest jak najbardziej zrozumiałe, ale z drugiej strony Fulla stała się takim samym elementem muzułmańskiej kultury konsumpcyjnej, jakim Barbie stała się dla Zachodu. W obu sytuacjach, widać po pierwsze – jak bardzo wzorce kobiecości są utowarowione, po drugie – jak niezwykle istotną rolę pełnią w określaniu różnic kulturowych, i po trzecie – jak bardzo podlegają stereotypizacji.

Zachodnie media opisywały Fullę zazwyczaj w opozycji do Barbie i w oparciu o to przeciwstawienie zbudowano szereg artykułów, komentujących fenomen Fulli. Jednak czy podkreślanie różnic w tym przypadku jest aż tak istotne? Barbie i Fulla są zjawiskiem przede wszystkim komercyjnym, a mówienie o nieprzystawaniu kultury arabsko-muzułmańskiej do wymogów współczesnego, zsekularyzowanego świata w kontekście fenomenu Fulli, zaczyna budzić wątpliwości. Porównując te lalki można dostrzec, że to „niedostosowanie” ustępuje globalizacji i komercjalizacji. Podobieństwo Fulli do Barbie świadczy między innymi o stopniowym przenoszeniu się zachodnich wartości (przynajmniej niektórych) na grunt bliskowschodni i ogólnomuzułmański.

## BIBLIOGRAFIA

- Adamson R., *Can Fulla save Muslim girls from Barbie?*, „The Christian Science Monitor”, [on-line:] <http://www.csmonitor.com/2005/1125/p08s02-coop.html> [23.06.2014].
- Al-Hamroni M., Al-Humaidy U., *Hijab-clad Fulla ‘Wanted’ in Tunisia*, [on-line:] <http://www.onislam.net/english/news/africa/422811.html> [20.08.2014].
- Barbie loses out to veiled rival*, BBC News, [on-line:] [http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle\\_east/4605334.stm?ls/](http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle_east/4605334.stm?ls/) [25.06.2014].
- Barbie who?*, „The Age”, [on-line:] <http://www.theage.com.au/news/world/barbie-who/2005/12/22/1135032135789.html> [24.12.2013].
- Filary wiary*, [w:] A. Marek, A. Skowron-Nabolczyk, *Leksykon dla dziennikarzy. Nie bój się islamu*, [on-line:] <http://www.wiez.com.pl/islam/index.php?trescsl=28> [20.08.2014].
- Górak-Sosnowska K., *Muzułmańska kultura konsumpcyjna*, Warszawa, 2011.
- Iran Bans Barbie: Meet Sara and Dara*, Arutz Sheva. Izrael National News, [on-line:] <http://www.israelnationalnews.com/News/News.aspx/151804#.U66717Hwpzs> [20.06.2014].

<sup>43</sup> *Muslim dolls tackle „wanton” Barbie*, „BBC News”, [on-line:] [http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle\\_east/1856558.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle_east/1856558.stm) [26.06.2014].



- “Jewish” Barbie Dolls Denounced in Saudi Arabia, Anti-Defamation League, [on-line:] [http://archive.adl.org/main\\_arab\\_world/barbie.html#.U7ANE7Hwpzs](http://archive.adl.org/main_arab_world/barbie.html#.U7ANE7Hwpzs) [24.06.2014].
- Koran, [tłum. polskie], sura An-Nisa.
- Lakner A., *Barbie po arabsku – czyli Fulla, kobieta perfekcyjna*, Etnosystem.pl, [on-line:] <http://etnosystem.pl/magazyn/7476-fulla-arabska-barbie> [20.06.2014].
- Minakowska M., *Muzułmańska siła nabywczą*, [on-line:] [http://www.mojeopinie.pl/muzulmanska\\_sila\\_nabywczaz,3,1265147502](http://www.mojeopinie.pl/muzulmanska_sila_nabywczaz,3,1265147502) [23.06.2014].
- Morey P., Yaqin A., *Framing Muslims: Stereotyping and Representation after 9/11*, Harvard University Press, 2011.
- Muslim ‘Barbie and Ken’ dolls created by Iranian government*, „The Telegraph”, [on-line:] <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/middleeast/iran/3071622/Muslim-Barbie-and-Ken-dolls-created-by-Iranian-government.html> [20.06.2014].
- Muslim dolls tackle “wanton” Barbie*, BBC News, [on-line:] [http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle\\_east/1856558.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle_east/1856558.stm) [26.06.2014].
- Muzułmańska Barbie*, Onet.pl, [on-line:] <http://wiadomosci.onet.pl/prasa/muzulmanska-barbie/xxztn> [25.06.2014].
- Oficjalna strona internetowa Fulla, [on-line:] <http://fulla.com/> [23.06.2014].
- Poe C., *Iran declares war on Barbie*, „Washington Times”, [on-line:] <http://communities.washingtontimes.com/neighborhood/ad-lib/2012/jan/21/iran-declares-war-barbie/> [20.06.2014].
- Religious Police take after Barbie*, „Washington Times”, [on-line:] <http://www.washingtontimes.com/news/2004/jan/2/20040102-112738-9433r/?page=all> [20.08.2014].
- Rogers M. F., *Barbie jako ikona kultury*, tłum. E. Klekot, Warszawa, 2003.
- Sulthani L., *Barbie inspires modest, Muslim alternative*, „Reuters”, [on-line:] <http://uk.reuters.com/article/2007/10/10/life-indonesia-doll-dc-idUKL1016869520071010> [21.06.2014].
- Taylor S., *Lalka, która ma wszystko – prawie wszystko*, tłum. P.Likus, [on-line:] <http://www.likus.art.pl/tekst/index.php?id=fulla> [23.06.2014].
- Wolska-Długosz M., *Wpływ reklamy na zachowanie się dzieci i młodzieży*, „SCENO Zeszyty Naukowe” nr 2/2006, [on-line:] [http://www.sceno.edu.pl/konferencja/8\\_27.pdf](http://www.sceno.edu.pl/konferencja/8_27.pdf) [20.08.2014].

## FILMOGRAFIA

- Barbie z Damaszku*, reż. Diana El-Jeiroudi, 2007.
- The Barbie Doll Fulla Doll Experiment*, YouTube, [on-line:] [https://www.youtube.com/watch?v=BAYZ\\_L0z-Vo](https://www.youtube.com/watch?v=BAYZ_L0z-Vo) [24.06.2014].

*Fulla Arab World Song*, YouTube, [on-line:] <https://www.youtube.com/watch?v=Z3Fcfm3506w> [23.06.2014].

*Fulla Doll Review*, YouTube, [on-line:] [https://www.youtube.com/watch?v=su0y\\_7nIXGo](https://www.youtube.com/watch?v=su0y_7nIXGo) [29.06.2014].

*Fulla Song Al-Salat*, YouTube, [on-line:] [https://www.youtube.com/watch?v=P\\_7TGxgSzJw](https://www.youtube.com/watch?v=P_7TGxgSzJw) [23.06.2014].

*Fulla Song Ramadan*, YouTube, [on-line:] [https://www.youtube.com/watch?v=\\_K6bOHbn1nQ](https://www.youtube.com/watch?v=_K6bOHbn1nQ) [23.06.2014].

*Fulla Song The Dentist*, YouTube, [on-line:] <https://www.youtube.com/watch?v=FORH8jGGvng> [23.06.2014].

*Fulla Traditional*, YouTube, [on-line:] <https://www.youtube.com/watch?v=kTsgVSttKl8> [24.06.2014].

## GRAFIKI

*Moroccan Barbie*, Barbie Collector, 1999, <http://www.barbiecollector.com/shop/doll/moroccan-barbie-doll-21507> [24.06.2014].

*Morocco Barbie*, Barbie Collector, 2013, [on-line:] <http://www.barbiecollector.com/shop/doll/morocco-barbie-doll-x8425> [24.06.2014].

Materiał graficzny zamieszczony na stronie internetowej *Nicola Mesken Photography*, [on-line:] <http://nicola-mesken.com/reportage/eine-barbie-in-katar/> [24.06.2014].

## SUMMARY

### FULLA – BARBIE IN HIJAB. ANALYSIS OF THE PHENOMENON AND ITS SOCIAL PERCEPTION

Middle Eastern market is full of toys dedicated to muslim children but the most famous and the most profit-making toy for girls is Fulla doll. In this article I contained the analysis of the phenomenon of Fulla – beginning from the short depiction of middle eastern toy for girls market, through the description of Fulla commercials to the opinions of the doll at the end. This doll seems to be not only a representation of muslim values but also complicated phenomenon settled between capitalistic western consumerism and islamic modest pattern of femininity. The similarity of Fulla and Barbie enforced to mention about matters like commodification of femininity, muslim consumerism and commercialization of religion.