

Lasst die Puppe(n) tanzen!

Der Körper als Objekt und Subjekt

Der Mensch als Subjekt in seiner sozialen Bezogenheit und individuellen Geschichtlichkeit, seine Intersubjektivität und Leiblichkeit wird in der integrativen Therapie (Leitner, 2010, S. 188) wie auch integrativen Bewegungs- und Leibtherapie über leiblichen Ausdruck, Bewegung und Tanz wahrgenommen, erfasst, verstanden und erklärt. (Waibel, 2009 S. 16). Bewegung wird integrativ als Ausdruck des ganzen Menschen kreativ und inter- aktiv angeregt und reflektiert. Die Impulse für Bewegungsausdruck können nun aus Bildern, von Objekten oder wie hier von einer Puppe ausgehen. Mit diesem Beitrag möchte ich Reflexions – und Interventionsideen für die Arbeit mit einer Modepuppe einbringen und die Welt der Barbie für die therapeutische und pädagogische Arbeit zu erschließen. Diese Anregungen sind in der Integrativen Therapie und Entwicklungstheorie begründet und sind in der eigenen therapeutischen und pädagogischen Praxis mit Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen mit dem Medium Bewegung, Kreativer Tanz und Theater. (Reichel, 1999) entwickelt worden.

Die Doppeldeutigkeit des Appells „lasst die Puppen tanzen“ zeigt die Verknüpfung von Frauen und Puppen: der Körper ist Objekt, ein Präsentations- und Showelement. Puppen sind Spielobjekte und Frauen oder Mädchen werden auch medial als solches dargestellt.

Die Bedeutung von Puppen als wirksames therapeutisches Mittel ist unumstritten. Puppen gibt es mit niedlichen Babyface oder als Stoffpuppen oder die klassischen Puppen des Kasperltheaters. Puppen sollen Emotionen und Rollen symbolisieren, sie sind meist nicht „sexy“. Eine hat es geschafft, sie ist der Kinderstube entwachsen und füllt gleichzeitig rosa Puppenstuben: Barbie. Sie ist marktführend und soll Vorbild zu sein, Vorbild für weibliches Aussehen und Schönheit, sie, Barbie, die erfolgreichste Puppe des 20. Jahrhunderts.

Kann eine Puppe Vorbild sein? Ein Vor-bild, dass zur Nachahmung anregt, eine Figur die man sein möchte oder haben möchte? Wieweit wirkt eine Puppe

identitätsbildend?

„Puppen jeder Art haben in ihren unterschiedlichen Erscheinungsformen schon seit alters her eine magische Ausstrahlung und eine therapeutische Bedeutung. Das liegt in erster Linie daran, dass sie ein Abbild des Menschen sind - ein Abbild, in das viel hineingedacht werden kann an Persönlichkeit, Charakter und Verhaltensweisen. Das heißt: Puppen sind wie Menschen - aber eben auch so, wie wir diesen Menschen (gerade jetzt) gerne hätten. „ (Gauda 2011, download)

Welche Wünsche bildet Barbie ab?

Perfect bodydie schöne Welt von Barbie und Co.

Sie schaut mit großen Augen in die Welt, zeigt ihre blitzend weißen Zähne, ihre vollen Lippen lächeln, ihre langen Beine berühren kaum den Boden. Ihr outfit ist topmodern, ihre schmalen Hüften betonen ihren straffen, vollen Busen. Sie ist zeitlos und jung, aber eigentlich ist sie schon über 50 (man sieht es ihr nicht an). Ihr Benehmen ist vorbildlich und korrekt, einfach anständig. Und das Wichtigste: sie ist schön!

Dieses Puppensupermodell ist seit 1959 auf dem Markt und erreichte im Jahr 2009 einen Umsatz von 3 Milliarden Dollar, statistisch gesehen werden drei Barbiepuppen pro Sekunde verkauft und in Deutschland besitzt jedes Mädchen im Durchschnitt 7 Barbiepuppen. Sie wurde vom Ehepaar Handler, USA, entdeckt und entwickelt. Vorbild war Lilly, eine Cartoonfigur aus der Bildzeitung (1952) diese wurde von ihren Erfindern mit der Idee der Ausschneidepuppen mit An- und Ausziehkleider kombiniert und von der Firma Mattel seit 1956 vermarktet.

Ihre Garderobe wird immer an die aktuellen Modetrends angepasst und ihr Leben wird genau beschrieben. Barbie soll die Mädchen auf ihrem Leben ins Erwachsenwerden begleiten. Barbies Figur entspricht den weiblichen Maßen von 99 – 46 – 84 cm und das bedeutet, dass im Unterleib nicht genügend Platz für die lebenswichtigen Organe wäre. Auf Grund von Kritik wurde ihr Becken verbreitert. Das „Barbie Syndrom“ ist eine Störung, bei denen sich Frauen bemühen wie eine Barbie-Puppe auszusehen ...Cindy Jackson ließ sich 30 mal operieren...ob Barbies Figur Essstörungen auslösen könnte, wurde untersucht und auch teilweise bestätigt. Barbie ist nach wie vor eine berufstätige Frau ohne Mann und Kinder, war nie schwanger, aber mit eigenem Haus, Auto, Tieren etc. In einigen arabischen Ländern wurde sie 2003 verboten und ein islamisches Gegenmodell entwickelt. Barbie ist eine

Ikone, d.h. sie soll einen Wiedererkennungswert für die Gesellschaft haben. (vgl. wikipedia) Barbie ist vor allem so erfolgreich, weil sie ein Prestige- und Sammelobjekt ist, mit Barbie gehört man dazu und viele Mädchen wussten sich ihre Barbie zu erhandeln, wenn die Eltern sie nicht kaufen wollten oder konnten. Die kritische Bewertung zeigt auch, dass Barbie keine „harmlose“ Puppe ist. Sie ist keine asexuelle Kindpuppe, sondern zeigt Brüste und Beine, Schmusemund und ist „erotisch“ gestylt. Übliche Puppen hatten immer schon schöne Gesichter und lange Haare, sie hatten aber keine Busen und lange Beine. Schaut man jedoch Barbie unter den Rock, merkt man, dass sie hier neutralisiert wurde, Scheide, Scham haben sich „verpuppt“. Barbies Botschaft an Mädchen ist: „Sei schön und anständig“ und vor allem: Schönheit ist dein Kapital! Schön sein bringt Anerkennung und Bewunderung: „Schönheit ist immer auch ein Interaktionsprozess, denn sie erhält ihre Definition und ihre Bewertung immer auch aus der Kultur und den äußeren Lebensbedingungen“ (Posch, 2009, S. 32). Frauen werden vorrangig über ihr Aussehen bewertet.

Rollenmodell und Model

Der Unterschied zu Puppen mit „Babyface“ ist, dass „man sich um Barbie nicht kümmern muss“, d.h. sie verlockt nicht mit Babycharme zu fürsorglichem Verhalten und Mutterstereotypen. Barbie soll zu verschiedenen erwachsenen Rollen anregen und dazu gibt es das entsprechende outfit. Die Lust am Verwandeln ist im kindlichen Rollenspiel grundgelegt und setzt sich im Erwachsenenrollenspiel kulturell fort: „Kleider machen Leute“. Die Gestaltung des eigenen Körpers macht den Erfolg von Mode aus: „Die Mode verkörpert auch das Prinzip des ewig Neuen.“ (Posch, 2009, S. 29) Der „Dresscode“ löste die frühere standesgemäße Kleidungssymbolik ab (in Trachten noch sichtbar) und die passende Kleidung wird als Zeichen bewertet, dass man sich im jeweiligen gesellschaftlichen Terrain auskennt und sich entsprechend zu verhalten weiß. Das kann mit Barbie auch gelernt werden: kleide dich immer passend!

Die Bedeutung weiblicher Körperformen zeigt auch gesellschaftliche Werte auf: Im 19. Jhdt. war der „Schnürleib“ Mode, das Zusammenschnüren der Taille auf ca. 40 Zentimeter durch das Mieder: das Hervorpressen des Busens, der Hüfte und des Pos sollte diese „Fruchtbarkeits- und Sexualitätsmerkmale“ betonen, das Mieder presste den Atemraum ab, die Frauen fielen in Ohnmacht, ein Symbol für die

gesellschaftliche Entmachtung. Im Nationalsozialismus wurde das rundliche weibliche Körperideal gefördert, es betonte die Rolle der Gebärerin und Mutter. Mit der Barbiegeneration wurde die schlanke Linie, Fitness und die Normen von jugendlicher Schönheit eingeführt. Die Medizin macht es möglich: die Umformbarkeit des Körpers wird eingekauft, um die eigene Identität zu verändern. Plastische Chirurgie ist ein Millionengeschäft geworden. Die Formbarkeit des Körpers mittels technischer Mittel gab es schon immer in allen Kulturen: Füße binden, Häse strecken, Lippen dehnen, Brustwarzen durchstechen.. Menschen wollen sich verändern um einerseits aufzufallen, andererseits dazuzugehören. Statistiken sagen, dass mindestens 8 % der Österreicherinnen einen Schönheitseingriff hinter sich haben und die Unzufriedenheit mit dem Körperauesehen zunimmt. In Russland gibt es bei jungen Frauen den Trend zur Beinverlängerung, d.h. durch Brechen der Unterschenkelknochen lassen sie sich ihre Beine in langwierigen Prozeduren verlängern... und sehen aus ...wie Barbie?

„Schon Kinder spüren den Druck, eine perfekte Körperform haben zu müssen.“ (Drewes, 2010, S. 9) Der Körper scheint das einzige Feld zu sein, wo sie sich verwirklichen können: „es wird alles daran festgemacht: wer dürr ist, dem gelingt das Leben“ (Drewes, 2010). Die Bedeutung von Schönheit, Jugend und Fitness wird über die Bilderwelt der Medien ununterbrochen transportiert. „ Angesichts der Bilderflut muss fast jeder Körper defizitär erscheinen, insbesondere auch dann, wenn diese Bilder Resultat digitaler Manipulationen sind, denen keine Realität mehr entspricht und entsprechen kann.“ (Lissmann, 2009, S.103,)

Schönheit und Attraktivität sind kulturelle und evolutionäre Bewertungskategorien, Forschungen mit Babys bestätigen: „dass auch einjährige Kinder auf attraktive und unattraktive Gesichter verschieden reagieren. Die systematische Präferenz für attraktive Gesichter ist sowohl gegenüber fremden Menschen wie auch gegenüber Puppen beobachtbar. Die Bevorzugung attraktiver Gesichter beginnt bereits wenige Stunden nach der Geburt.....“ (Sinzinger, 2001, S. 179) Forschungen dazu zeigen auch, dass schöne Kinder weniger oft bestraft werden und unerwünschtes Verhalten leichter entschuldigt wird. „Verhält sich ein unattraktives Kind in gleicher Weise, so wird das negative Verhalten als Ausdruck seiner Persönlichkeit und seines Charakters gesehen.“ (Sinzinger, S. 181) Also: Schön sein lohnt sich!

Mädchen möchten Models werden

Wir befinden uns mit Barbies Puppenspiel nicht mehr nur im spür- und fühlbaren Spielraum, sondern Barbie führt uns in die virtuelle Welt der Stars und Shows, der castings und models. Im Internet findet man unzählige Seiten dazu wie man Model wird: „Modelagenturen sprießen wie Pilze aus dem Boden und werben überall damit, neue Gesichter zu suchen. Sie alle vermitteln, dass ein Mädchen mit Maßen über 1,73 cm und einem geringen Gewicht es auch an die Spitze der Riege, nebst Klum, Campbell und Bündchen schaffen kann. Doch wie sieht die Realität aus, was gehört zum Modesein dazu und wie wird man eigentlich Model?“ Neben Schönheit wird auch Disziplin, Ehrgeiz und Geduld gefordert, „denn Modeljobs sind hart und gehen nicht nur körperlich an die Substanz. Wenn man über all dies verfügt und sich absolut sicher ist, dass man Model werden möchte, um sich täglich inmitten von Designern, anderen Mädchen, einer großen Konkurrenz, und Stress wiederzufinden, dann kann der erste Schritt auf dem langen Weg zum Model folgen.
([www.hilfreich.de/berufe-der mode-model-werden_5266](http://www.hilfreich.de/berufe-der-mode-model-werden_5266), 18.2.2011)

Doing Gender by barbie?

Die Gendertheorien befassen sich seit langem mit der Art und Weise wie Geschlechterrollen und Stereotype entstehen, wie im „doing gender“ mittels Kleidung, Frisur, Verhalten und Körpersprache Geschlechterverhalten unbewusst erlernt und weitergegeben wird.

"Geschlecht ist deswegen real, weil es kulturell gemacht und als individuell fiktive Wirklichkeit empfunden wird... der Status der Ordnung wird in den Körper eingeschrieben, um "die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Kategorie zu demonstrieren." (Tuijter in Macha, 2003, S. 57)

Männern ist es in unserer Kultur nicht gestattet, Kleider zu tragen, Frauen hingegen dürfen Hosen tragen. Im Bewegungsverhalten werden Jungen/Buben eher zu raumgreifenden Bewegungen und Expansion ermutigt, Mädchen werden meist noch auf die kleinräumige Bewegung und nach „Innen“ sozialisiert, das zeigen Forschungen zur gendersensiblen Pädagogik. (www.efeu.or.at)

Das doing gender – geschlechterkonformes Handeln wird durch Spielecken in Kindergärten praktiziert: es gibt die Bauecke oder Puppenecke, die überwiegend geschlechterspezifisch benutzt werden. Durch diese geschlechterbezogenen

Territorien wird auch Zugangskontrolle ausgeübt: Mädchen werden aus den räumlich expansiv genutzten „Jungenecke“ oft ausgeschlossen, umgekehrt geschieht dies nicht so häufig, bei Jungen für die in der Puppenecke stattfindenden Vater-Mutter-Kind Rollenspiele benötigt werden. Mit den geschlechtsbezogenen Territorien reproduzieren sich die geschlechterstereotypen Normalitätsunterstellungen, „Werden die Funktionsecken aufgelöst und durch andere Spielmaterial ergänzt, „kann die Bildung geschlechtsheterogener Spielgruppen gefördert werden und teilweise auch geschlechtsbezogenes Spielverhalten aufgeweicht werden.“ (Gildemeister, 2008, S 69). Die geschlechterkonforme Vorstellung von Kindern wird durch die Kinder selbst eingefordert und Beispiele aus der erwachsenen Welt verstärkt.

Die frühe Sexualisierung von Mädchen und die Fixierung auf Schönheit als Identitätsmerkmal für Frauen wird kritisiert. Es wird von feministischer Seite immer wieder betont, dass die Körperideale hinterfragt werden müssen und aktiv gegen den Schlankheits- und Schönheitsterror vorgegangen werden muss. Ein Kämpferin in dieser Angelegenheit ist Susie Orbach „Der Körper wird immer stärker als ein Objekt erlebt, das es zu bearbeiten und zu optimieren gilt.“ (Orbach, 2009, S. 9) Sie ruft Mütter dazu auf, sich zu sensibilisieren und keine übertriebenen Ideale an ihre Töchter weiter zu geben.

Der Einfluss der Freundinnen und der Medien ist wesentlich stärker als die der eigenen Mütter, das wurde in Untersuchungen festgestellt. (Wiener Essstörungskampagne, www.diesie.at) Der Vergleich mit den dargestellten Idealen in den Medien führt zur negativen Bewertung der eigenen Person und zu einer Art „Selbstüberwachung“ (vgl. Hanko, Martin Franz, S. 150)

Initiativen zur kritischen Auseinandersetzung mit Barbies Welt gibt es z.B. vom Mädchenzentrum Amazone mit der Ausstellung: Barbiefreie Zone“

www.amazone.or.at : diese interaktive Wanderausstellung des Mädchenzentrums Amazone hinterfragt mittels adaptierter Barbiepuppen die eng gesteckten Grenzen der Barbie Welt. So kann auch „Puppen-Spiel“ gesellschaftspolitisch eingesetzt werden. (IF- magazin, 4/2010, www.vorarlberg.at/frauen)

Barbie als Therapiemodell

Wie kann nun Barbie als Therapiemittel eingesetzt werden? Um Barbie als solche zu verwenden, muss sie in ihrer Körperbotschaft verstanden werden. Diese Reflexion ist

im vorigen Teil angeregt worden und kann auf verschiedene Weise eingebracht werden. Es setzt bei den TherapeutInnen voraus, dass sie die anregende Möglichkeiten von Barbie und die Schönheits- Anerkennungs- Prinzessinnenwünsche von Mädchen akzeptieren um sie auf der Suche nach dem passenden Selbstwert zu unterstützen. Schönheit und Attraktivität sind Werte, die leiblich, körperlich und mit der Selbstdarstellung verbunden und sichtbar sind. Diese Werte zu betrachten, damit zu spielen und sich mit der subjektiven Schönheit und objektiven Kriterien auseinanderzusetzen, führt zu Selbstwertkränkungen wie auch und zu adäquaten Selbst- und Ich - bildern. „Ich bin mein Körper – ich habe einen Körper“, (vgl. Leitner, 2010, S. 81) Was ist Schönheit, warum ist sie so bedeutend, wie wird sie definiert? Diese Fragen sind philosophisch wie politisch spannend und es lohnt sich, sich damit auseinanderzusetzen.

Die medialen Einflüsse und diese Ideal - Welt zu kennen und sie therapeutisch nutzen zu können, sollen TherapeutInnen die mit Kindern und Jugendlichen arbeiten, diese auch kennen. Man kann diese mediale Welt als Impuls für die kreative Gestaltung von selbstentwickelten Castings, Shows und Laufsteg Improvisationen verwenden. Die technischen Möglichkeiten von Video und Fotos bringen hier eine weitere wichtige Einsatzmöglichkeit und Information mit, sie zeigen, dass Medien das individuelle Aussehen so verändern, dass jede/r schön sein kann!

Dazu soll Barbie ver- führen und wir folgen neugierig!!!

Barbie in Bewegung

Die Bewegungsanleitungen sind an die jeweilige Altersgruppe und Situation anzupassen und brauchen keine bestimmten Bewegungsfähigkeiten. Raum für Bewegung ist jedoch notwendig.

Barbie- Puppen sollen vorhanden sein, sie dienen nun als Bewegungs- Haltungs- und Handlungsimpuls. Die Anleitungen können von Musik begleitet sein.

„Geht wie Barbie durch den Raum, wie bewegt sie sich, wieviel Platz braucht sie, wie groß, schmal oder breit sind ihre Schritte? Wie schnell geht sie, was sieht sie, wie fühlt sie sich? Schwitzt Barbie?

Beobachtungen zu Barbie: Sie hat wenig Bodenkontakt und betont die vertikale Aufrichtung, der Oberkörper ist gestreckt wie im klassischen Ballett, alles strebt vom Boden weg. Sie hat keinen schweren Körper. Barbies scheinen wie Engel, schön, freundlich aber ein wenig überirdisch und daher unerreichbar.

Die aufgerichtete, schmale „Balletthaltung“ evoziert Eindrücke wie Stolz, Selbstbewusstsein, Klarheit, Überblick, Überheblichkeit, Distanz und Einsamkeit.

Kontrastbewegung:

„Macht euch ganz groß und breit, nehmt viel Raum ein, geht kraftvoll durch den Raum, stampft, kriecht und rollt am Boden. Mag das Barbie? Passt das zu ihr? Welche Kleider hat sie dazu an, muss sie sich vorher umziehen?“

Die Eindrücke aus dem Bewegungsspiel können nun je nach Lernziel und Altersgruppe auf das eigene Leben, auf Wünsche und Defizite übersetzt werden.

Andere Rollen- und Verhaltensmöglichkeiten wird nun durch durch eine Antagonistin angeregt:

Pipi trifft Barbie

Falls es Bilder von Pipi gibt, dann können diese vor der Bewegung gezeigt werden.

Alle machen nun auf „Pipi Langstrumpf“, sie ist das Gegenteil von Barbie, sie ist falsch gekleidet, kümmert sich nicht um Vorschriften und ist androgyn... die Mädchenhaftigkeit lässt sich nur an ihren Zöpfen erkennen, ihre Schuhe sind vor allem praktisch. Schönheit ist nicht das wichtigste für Pippi, sondern Eigenwille, Spiel und Abenteuer. Die Bewegungen sind entsprechend anders, sie hüpf, nimmt viel Raum ein, ist laut, rollt auch am Boden, nimmt mehr Raum in der Breite ein.. usw. Die Beobachtungen der Eindrücke werden nach der Improvisation mitgeteilt und dann werden die Rollen aufgeteilt: und ein Teil der Gruppe spielt Barbies, der andere Papis, ev. zu Musik und später auch mit Worten und Sprache. Es können Spielszenen und Dialoge entstehen. Wichtig ist, dass anfangs die Rollenklischees eingehalten werden, dann können Barbie und Pipie auch voneinander lernen und neue Verhaltensweisen probieren: Pipi probiert das outfit von Barbie und Barbie bewegt sich unbekümmert in großen Schuhen?

Die Reflexionsfragen des Spiels können je nach Zielgruppe gewählt werden:

Was mag Barbie an Pipi nicht und umgekehrt?

Was können sie voneinander lernen?

Was davon kennst du in deinem Leben?

Was möchtest du gerne ausprobieren?

Barbies Satz ist ...gar nicht soviel anders als die Botschaft von Pipi!

„Alles ist möglich, wenn du nur fest an dich glaubst“ (Barbiemagazin 2010, Barbie you).

Selbstbestimmung, Eigensinn und Schönheit, Anerkennung und Bewunderung sind Botschaften der beiden Symbolfiguren und so könnte Barbie und Pippi gemeinsam erwachsen werden.

Autorin:

Auguste Reichel, MAS,

www.reichel-reichel.at

Literatur:

Konferenzen der Wiener Essstörungskampagne, www.diesie.at)

Gildemeister Regine, Günter Robert, Geschlechterdifferenzierungen in lebenszeitlicher Perspektive, 2008, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften

Leitner, Anton, 2010, Integrative Therapie, Wein, New York, Springer Verlag

Liessmann Konrad Paul, Schönheit, 2009, Wien, Facultas

Mühlen Achs,

Hanko, Martin Franz, Schönheit im Zeitalter der Massenmedien).

Orbach Susie, Bodies, Schlachtfelder der Schönheit, 2010, Hamburg, Zürich, Arche

Posch Waltraud, Projekt Körper, 2009, Frankfurt/Main, Campus

....? Tuidel in Macha, 2003, S. 57)

Sinzinger, Alexandra, Die Reaktion von Kindern auf physische Attraktivität, S. 179, in Hergovich, Andreas, Psychologie der Schönheit, 2001, Wien, Facultas

Reichel, Auguste Tanz dich ganz, 1999,

Birgitt Drewes, „Giftig“, im Magazin if, 4/2010, S. 9)

Waibel Martin, Jacob –Krieger Cornelia, Integrative Bewegungstherapie, Stuttgart, New York, Schattauer

IF Magazin, 4/2010, NÖ. Landesregierung, Frauenreferat, Landhausplatz 1, 3109 St.Pölten

IF Magazin, 4/2010, Frauenreferat der Vorarlberger Landesregierung, Römerstraße 15, 6900 Bregenz

Gudrun Gauda, www.puppenspiel-therapie.de/docs/grundgedanken.pdf

Mattel, 2010, Barbie you und www.barbie.de

www.hilfreich.de/berufe-der-mode-model-werden_5266, 18.2.2011)

http://de.wikipedia.org/wiki/Deutschland_sucht_den_Superstar#Kritik)

www.amazone.or.at :