

Małe musi być seksowne

1 września 2012

Seksualizacja dziewczynek i młodych kobiet w Wielkiej Brytanii przybiera na sile z każdym rokiem. I nic nie jest w stanie zatrzymać tego trendu.

Podwiązki, błyszczki, samoopalacze, szpilki, staniki, podwiązki, sztuczne rzęsy kursy tańca na rurze, a nawet operacje plastyczne. Brytyjskie mamy wydają coraz więcej na poprawę urody swoich kilkuletnich córek. Kultura celebrytów, medialne wzorce i społeczne normy przekonują, bowiem, że aby w życiu osiągnąć sukces, już od najmłodszych lat trzeba wyglądać kobieco, pięknie i seksownie.

Cloe jak większość kobiet uwielbia makijaż, przymierzanie nowych sukienek i zakupy. Od pięciu lat chodzi na kurs tańca, aby stracić na wadze. Cloe uważa, że jest za duża, a koleżanki nazywają ją „Grubą Barbie”, dlatego stale pilnuje swojej diety, liczy kalorie i ćwiczy. Ma jedenaście lat i ambicje, aby osiągnąć sukces. Amber ma lat siedem i pierwszy sukces za sobą. Dostała dyplom za wzięcie udziału w konkursie piękności – Mini Miss UK. Amber ma profesjonalny makijaż i sukienki szyte specjalnie na zawody. Ciężko ćwiczy nad swoim układem tanecznym, wokalem i chodem na wybiegu, żeby wyrzucić dobre wrażenie na jurorach. A konkurencja jest ogromna. Z każdym rokiem coraz więcej rozgorączkowanych matek i rozmarzonych córek startuje w konkursach piękności dla kilkulatków. Jak na razie nikt nie jest w stanie przebić piętnastoletniej Sophie Watson, która wygrała największą ilość konkursów piękności dla dzieci w UK. W swoim dorobku ma tytuły: Mini Miss UK, Miss Charity, Miss Cinderella International, Miss Teen, Miss Photograph Queen i inne, o których nawet nie pamięta.

W UK zdobyła wszystko, co było do zdobycia, dlatego wybiera się do Stanów Zjednoczonych gdzie konkursy piękności dla małych dziewczynek i nastolatek są jeszcze bardziej popularne

niż w Wielkiej Brytanii. Cloe, Amber i Sophie już zaistniały medialnie i w świadomości publicznej. Pisały o nich gazety, fotografowali profesjonaliści, a BBC nakręciła o nich filmy dokumentalne (Baby Beauty Queens – Alisa Pomeroy, BBC3) Już stały się wzorami i mini gwiazdeczkami dla innych nastolatek oraz ich mam wierzących, że dzięki urodzie podrasowanej nieco kosmetykami można w ekstremalnym tempie osiągnąć niebywały sukces. Wystarczy, zamiast czarodziejskiej różdżki, dobry makijaż, elegancka sukienka, a gdy to nie pomoże – chirurgiczny skalpel.

BITWY MAŁYCH KSIĘŻNICZEK

Konkursy piękności dla dzieci w Wielkiej Brytanii przeżywają w ostatnim czasie prawdziwą eksplozję popularności. W USA już od dawna są codziennością i olbrzymim biznesem wartym miliony dolarów. Jednak i po tej stronie Atlantyku społeczeństwo zachwycone natychmiastową popularnością i sukcesami celebrytów, wzrastającym popytem i zarobkami tzw. „glamour models” tworzy przyjazną niszę do ekspansji konkursów piękności dla dzieci. To rodzący się dopiero, głodny i drapieżny rynek. Jeszcze kilka lat temu tego typu konkursów w UK nie było w ogóle. Teraz co roku organizuje się co najmniej dwadzieścia takich „eventów”, w których udział bierze kilka tysięcy dziewczynek. Typowy taki wieczór składa się z dwóch lub więcej rund. Najczęściej najpierw dziewczynki prezentują się w „stroju wieczorowym” i paradują po wybiegu w sukniach znanych projektantów, często z diamentami od Swarovskiego. A potem jest czas na pokazanie swojego talentu. Śpiewu, tańca, bądź grze na jakimś instrumencie. Najmłodsze piękności mają pięć lat. Uczestnictwo w tych konkursach piękności wymaga sporo wysiłku, treningu i samozaparcia. To także czasochłonna i kosztowna zabawa. Same wpisowe oscyluje w granicach 200 funtów. Do tego dochodzą wydatki na finezyjne sukienki, fałszywe rzęsy, pióra we włosach, błyszczczyki i doczepiane włosy z obfitą ilością lakieru.

Później na wybiegu małeletnie, księżniczki ubrane w obcisłe,

kuse stroje wykonują pseudoerotyczne ruchy, które mają być układem tanecznym podpatrzonym na teledyskach. Według krytyków oraz psychologów dziecięcych tego typu konkursy są formą wyzysku i nacisku na nie w pełni świadome dzieci do zachowań pół seksualnych, pseudo dorosłych, a także utwierdzają kilkuletnie dziewczynki w przekonaniu, że jeśli będą eksponować swoją seksualność, będą się liczyć w społeczeństwie. Konkursy piękności, rywalizacja matek, walka z rówieśniczkami na wybiegu charakteryzująca się nadmiernością, nieadekwatnością i instrumentalizacją prowadzą do tego, że nie nadaje się seksualności określonego, właściwego miejsca w życiu, tylko czyni z niej główną wartość.

Propaguje się kult powierzchowności i deprecjonuje inne walory. Dla większości uczestników to jednak tylko: „nieszkodliwe hobby, które kształtuje osobowość młodych dziewcząt oraz daje im poczucie własnej wartości”. Nie wspominając o ewentualnych profitach. Zwycięzczyni chociażby konkursu Junior Miss British może liczyć na 2500 funtów nagrody. Seks i biznes jak zawsze idą w parze szukając coraz to nowych konsumenckich ofiar.

MŁODZI STARZY

Wzrost liczby konkursów piękności dla małych dziewczynek w oczywisty sposób łączy się z coraz bardziej powszechnym trendem, aby traktować dzieci jako małych dorosłych. Potężną armię konsumentów, która rozporządza portfelami rodziców. To już nie jest tylko i wyłącznie świat dzieciokracji, medialno-marketingowej maszyny manipulującej potrzebami i marzeniami małych konsumentów. Szlak przetarły imperia producentów zabawek i gadżetów. Od lalek Barbie po Disneyowskie pluszaki. Od pionierskich „Gwiezdných Wojen” po fabrykę zarabiającą na wszystkim znaną pod nazwą Hanna Motana. Dziś dziecko jest pełnoprawnym uczestnikiem rynku kreującego popyt na niemal wszystkie dziedziny życia. Nie tylko zabawki, gry komputerowe, ubrania, jedzenie, czy filmy. Marketingowo rozrywkowa machina przekracza kolejne granice.

W supermarketach pojawiły się produkowane dla kilkuletnich dziewczynek szpilki, staniki i stringi, albo zestawy do tańczenia na rurze ze składaną rurką, podwiązkami i plastikowymi pieniążkami do wkładania za podwiązkę. Wśród nastolatków w UK popularne są wszelkiej maści girl bandy, których wokalistki ubierają się skąpo, wyzywająco i eksponują swoją seksualność przekonując małoletnie fanki, że słynne girl power polega głównie na krótkich spódniczkach, wysokich obcasach, głębokich dekoltach i umawianiu się z piłkarzem.

Nie dziwi, więc, że w przeprowadzonej w 2009 roku ankiecie ponad jedna trzecia brytyjskich nastolatek przyznała się, że wolałaby wydać pieniądze na poprawę swojego wyglądu niż na studia, a jedna piąta na operację plastyczną. Zresztą strona internetowa Miss Bimbo oficjalnie zachęca dziewczynki, które mają nie więcej niż dziewięć lat do kosmetycznych operacji plastycznych i oferuje wirtualne lalki, którym można zaszczerpić implanty, albo zrobić operację twarzy, aby były bardziej atrakcyjne.

Kolejne badania przeprowadzone zaś na 150 tys. dzieciaków wykazały, że aż 35 proc. z nich ma obsesję na punkcie swojego wyglądu. Według BBC połowa dziewcząt w wieku 8-12 lat chciałoby wyglądać jak kobiety w telewizji, a 60 proc. z nich poczułoby się znacznie lepiej, gdyby były bardziej szczupłe.

BYĆ JAK JORDAN TO JEDYNE WYJŚCIE

Poważne media w Wielkiej Brytanii cyklicznie informują o badaniach przeprowadzanych na nastolatkach, w których młodzi Brytyjczycy przekonują, że marzą, aby zostać gwiazdą popu, albo sportu. Chłopcy chcą być piłkarzami, dziewczynki modelkami, piosenkarkami, a najczęściej... żonami piłkarzy. W nocnych klubach w Liverpoolu, albo w Manchesterze dochodzi czasem do otwartych walk między młodymi kobietami, kiedy na horyzoncie pojawia się jakikolwiek piłkarz, któregoś z tych klubów.

Nawet, jeśli jest z głębokich rezerw. Zaczyna się wówczas polowanie na męża, a zdeteterminowane WAG wannabes nie przebierają w środkach. Komentatorzy i dziennikarze są przerażeni, że małżeństwo z piłkarzem przez coraz większą liczbę dziewcząt uważane jest za opcjonalną ścieżkę kariery. Na Facebooku powstają strony w stylu: Kiedy dorosnę chcę być WAG (wives and girlfriends of football players – Żony i dziewczyny piłkarzy) a księgarniach można zakupić poradniki informujące jak poderwać futbolową gwiazdę (Wag Don't Wannabe – The smart girl's guide to dating a footballer) A jeśli to się nie uda, następną opcją zawodową jest zostanie kolejną Jordan czyli Katie Price.

Dziewczyną ze słynnej strony numer trzy, która uzyskała sławę i pieniądze dzięki temu, że umiała wykreować się na brytyjski symbol seksu. Price nie wstydzi się poprawiać chirurgicznie swego ciała, aby być bardziej pożądaną seksualnie i komercyjnie, nie ma szczególnego wykształcenia ani wybijającej inteligencji, ale zarobiła mnóstwo pieniędzy dzięki swym groteskowo wyolbrzymionym urokom. Ma sztuczne paznokcie, sztuczną opaleniznę, sztuczne, doczepiane włosy oraz implanty i miliony na koncie, dzięki czemu jest wzorem dla rzeszy nastolatków na Wyspach. Socjologów i dziennikarzy wciąż zadziwia, że w XXI wieku, kiedy możliwości rozwoju osobistego i zawodowego wydają się nieograniczone młode dziewczyny poszukują, podobnie jak w przeszłości, poprawy swojego bytu materialnego, oraz statusu społecznego poprzez małżeństwo z piłkarzem, lub rozbierane zdjęcia.

Z odpowiedzią nie ma za to problemów Natasha Walter – feministka i pisarka, autorka książki „The New Feminism” (Nowy feminizm) z 1998 roku w której odtrąbiła zwycięstwo feminizmu Walter przekonuje, że wbrew pozorom możliwości kobiet wywodzących się z klasy robotniczej wciąż są bardzo ograniczone – „Te dziewczęta decydują się na bycie glamour modelkami, albo żonami piłkarzy ponieważ dla nich to jedyny sposób na osiągnięcie bogactwa i sukcesu. Można z nich kpić,

ale nikt nie zwraca uwagi na to, że nasze społeczeństwo nie daje możliwości rozwoju osobom z niższych klas społecznych.” – argumentuje w swojej najnowszej bardziej pesymistycznej książce – „Living Dolls: The Return of Sexism” (Żyjące lalki: powrót seksizmu) i dodaje: „Taniec na rurze to nie jest wyzwolenie. To nie jest kolejna opcja do wyboru. To zniewolenie.

Coraz trudniej kobietom z niższych klas wyrwać się z tego zakłętego kręgu. Istnieją tak mocne bariery społeczne, że jedyną drogą do sukcesu dla tych kobiet okazuje się samoopalcz, sztuczne paznokcie, sztuczne włosy i wreszcie sztuczne piersi.”

PIĘKNI MAJĄ LEPIEJ

Diagnozę Walter potwierdzają badania przeprowadzone przez Hilary Levey, na Uniwersytecie Harvarda. Levey przepytала ponad 40 kobiet zgłaszających swoje dzieci do konkursów piękności. Sprawdziła również ich pozycję materialną, zawodową i społeczną. Większość kobiet uzyskiwało niskie dochody i dokumentowało się słabym wykształceniem, a w wywiadach przekonywały, że dlatego decydują się na udział swoich pociech w konkursach, aby uzyskały one odpowiednie umiejętności niezbędne w pięciu się w górę na drabinie społecznej.

W ankietach przejawiały się stwierdzenia matek: „Czy nam się to podoba czy nie ludzie są stale oceniani ze względu na swój wygląd. Chcę, aby moje dziecko było tego świadome.” Czy w takim razie skoro żyjemy w świecie gdzie wygląd zewnętrzny i powierzchowność mają coraz większe znaczenie należy dziwić się rodzicom, którzy robią wszystko aby przygotować swoje dzieci do codziennego wyścigu o prestiż i podziw?

Czy należy potępiać rodziców, którzy od małego uczą swoje dzieci jak ważne jest epatowanie seksualizmem skoro kilka lat temu brytyjska socjolożka Catherine Hakim z London School of Economics opublikowała pracę, w której udowadnia, że

„seksualny kapitał” jest najważniejszym zawodowym atrybutem naszych czasów? „Seksualny, czy też erotyczny kapitał wykracza ponad piękno. To seksapil, wdzięk i umiejętności społeczne, a także sprawność fizyczna i żywość, seksualne kompetencje i umiejętności w zakresie autoprezentacji, takie jak na przykład malowanie twarzy, odpowiednie uczesanie, dobór ubrania itp.” Według Hakim osoby posiadające tę nieuchwytną „jakość” mogą średnio uzyskać dochód większy o 10 -15 proc. od osób bez „seksualnego kapitału.”

Prawda jest brutalna i już od dawna znana. Socjologowie są pewni, że ładnym z reguły przypisujemy pozytywne cechy, a brzydki wydają się nam mniej sympatyczni i nie mamy do nich zaufania. Nancy Etcoff, autorka głośnej książki „Przetrwają najpiękniejsi”, odkryła nawet nową formę dyskryminacji. Jest nią atrakcjonizm, który powoduje, że osobom mniej urodziwym wiedzie się w życiu – i w pracy – o wiele gorzej. Cathiem Hakim dodała do tego jeszcze „seksualny kapitał” Rodzice pociech biorących udział w niezliczonej liczbie konkursów piękności wyczuwają te kwestie intuicyjnie.

Ta maszyna już ruszyła. Poziom wieku dla uczestników tego typu imprez będzie się stale obniżał. Seksualizacja dziewczynek i młodych kobiet na całym świecie będzie wciąż przybierała na sile z każdym rokiem. I nic nie jest w stanie zatrzymać tego trendu. Chyba, że uda się znaleźć rozwiązania społeczne, które pozwolą kobietom z niższych klas osiągnąć sukces materialny, społeczny i zawodowy bez podwiązek, błyszczaków, samoopalaczy, butów na wysokim obcasie, sztucznych rzęs i sztucznych piersi.

Autor: Radosław Zapałowski

Źródło: [eLondyn](#)