

ZABAWKI, KTÓRE DEFORMUJĄ.

Kilka lat temu wielu normalnych ludzi o przeciętnym poziomie kultury doznało szoku estetycznego, kiedy w telewizji po raz pierwszy wyemitowano reklamę zabawek pod nazwą Śmierdziele. Największym atutem tych małych laleczek-chłopców o odrażających, zniekształconych twarzach miało być to, że... cuchną (*sic!*). *Żyją w koszach i pomyjach, oczywiście się nie myją. Ważne żeby wszystko gnilo, bo śmierdzielom wtedy miło* – na takiej piosence, wraz z kreskówką o pokrakach wylazających ze śmietników, opierała się kampania reklamowa skierowana do kilkuletnich chłopców. Dotychczas nikomu nie przyszłoby do głowy, że producenci zabawek, a za nimi rodzice mogą dać dzieciom do rąk tak prymitywne „zabawki”, które nie mają nic wspólnego z pozytywnym wpływem na rozwój i wychowanie dziecka.

Niestety, minęło kilka lat i oto pojawiły się Monster High – upiorne lalki i związane z nimi nekrogadżety, wprowadzające dzieci w świat estetyki ciemności i zepsucia. *Wiele ma wad upiorny ten skład, to tak samo jak każdy z nas. Chcesz potworem być, najwyższy czas. Ten look, ten styl, przyznaj, że cię kręci. On kusi i nęci. I zostaje w pamięci. Gdy upiorny czujesz zew, niech ten klimat wejdzie w krew. Padną trupem* – śpiewa Ewa Farna w piosence, promującej w Polsce nową linię zabawek.

Draculaura – sypiąca w trumnie córka wampira Drakuli, Frankie Stein – córka Frankensteina pozszywana przez ojca z różnych fragmentów ciał, której co jakiś czas odpadają ręce i Gholia Yelps – wyjąca nieludzkim głosem córka zombie, to tylko niektóre z laleczek... W ofercie obok lalek wilkołaków, zombie i wampirów znalazły się ich upiorne zwierzaki, „pluszaki-potworzaki”, upiorne pamiętniki, upiorne zawieszki do komórek, zestawy *Stwórz własnego potwora*, upiorne ubrania, torby, buty, tatuaże. Wszystko reklamowane jako *upiorne*, wszystko w mrocznej i dekadencjonalnej stylistyce mieszaniny młodzieżowych subkultur Gothic i Emo.

W dostępnym także w Polsce zestawie zawierającym wampiryzę Draculaurę nie zabrakło nawet trumny, w której lalka ma spać. Co więcej, producent tych „precjozów” dla dzieci od szóstego roku życia zadbał też o odpowiednią otoczkę i stworzenie tzw. ssania na rynku, poprzez realizację serii filmów animowanych z udziałem postaci uczęszczających do Straszycium, jak głosi polska nazwa owej szkoły dla demonów. Lalki – podobnie jak ich odpowiedniki w animowanych filmach – są mroczne, trupie a jednocześnie wyzywające w swych skąpych strojach. Uczniowie Straszycium mają szafki w kształcie trumien ozdobionych trupimi czaszkami oraz utrzymane w takiej stylistyce telefony komórkowe.

Jeden z odcinków animowanej historii nosi znamieny tytuł *Upadły duch*. Złudzeń co do istoty przekazu nie pozostawiają też polskie słowa piosenki promującej świat Monster High. Potencjalne nastoletnie odbiorczynie, które zaczynają się buntować przeciwko otaczającej rzeczywistości i czują się wyobcowane, zyskują w świecie Monster High dowartościowanie i wsparcie upiorów. *Zabójczo śliczna, fantastyczna. Wszystkiego masz dość, życie daje ci w kość, lecz jesteś sobą. Czas upiorów trwa* – śpiewa im Ewa Farna.

Zamiast wsparcia wysiłków w pracy nad sobą, koniecznych dla właściwego rozwoju dziecka, zamiast wzmacniania siły woli i kształtowania charakteru, zamiast pomocy w pokonywaniu własnych wad i egoizmu nasze dzieci otrzymują przekaz zatruwający ich dusze: pokusą: nie musisz już się starać, nie musisz panować nad

swymi emocjami, nie musisz zmagać się z wadami, nie musisz nad sobą pracować, nie musisz być grzeczna, nie musisz dążyć do rozwoju.. To nie dla ciebie. Zaakceptuj siebie ze swymi wadami i ciemnymi stronami twej natury. Są duchy i demony, które akceptują ciebie takim, jakim jesteś. One też są mroczne, pogrążone w chaosie i apatii, ale pozwolą ci zostać sobą w tym mrocznym świecie.

Ten upiorny urok nasz, przyznaj, że go w sobie masz. Ten upiorny urok nasz, pokaż, że go znasz – wtórują tej pokusie słowa piosenki. Taki przekaz Monster High potwierdza jedna z filmowych reklam anglojęzycznych, w której przy akompaniamencie spokojnej muzyki przed fotografem stają kolejno do zdjęcia grzeczne dzieci: schludny i elegancki chłopiec w okularach, dziewczynka przeglądająca się w lusterku, czarny chłopiec w muszce poprawiający marynarkę. Wszystkie na komendę uśmiechają się sztucznie. Atmosferę łamię dziewczynka z podstępny uśmiechem, w krzykliwej, krótkiej czarno-różowej spódnicy, czarnej kurtce i czarno-różowych rajstopach, z ufarbowanymi włosami, która na komendę fotografa w diabolicznym uśmiechu pokazuje kły wampira.

Zarysowany powyżej proces wymaga o wiele bardziej szczegółowej analizy, na którą nie ma miejsca w niniejszym artykule. Jednak już tylko na bazie przedstawionych zjawisk jak na dłoni widać, iż działania niektórych producentów zabawek to nic innego jak walka o dziecięce dusze, poprzez oswojenie z brzydotą, śmiercią i złem.

Autor: Sławomir Skiba (fragmenty artykułu)

Czytaj więcej: <http://www.pch24.pl/zabawki--ktore-deformuja,850,i.html#ixzz3vcEacXXC>