

Ewelina Pacyniak

Wybielanie skóry na Bali

Nurt SVD 44/wyd. spec., 79-92

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Wybielanie skóry na Bali

Ewelina Pacyniak

„Według balijskiego mitu o stworzeniu, ludzie zostali ulepieni z gliny przez Batarę Guru (Wielki Nauczyciel) i boga Brahmę. Pierwszą partię wypalano w piecu zbyt krótko, dlatego była biała. Druga przypaliła się na czarno. Dopiero za trzecim razem stwórcy uzyskali właściwy złocistobrazowy kolor i to ci ludzie stali się przodkami Balińczyków”¹.

Tymi słowami balijskiej legendy zaczyna się jedna z niewielu spośród obecnych na rynku polskim publikacji poświęconych wyspie Bali².

Do Indonezji przyjechałam we wrześniu 2007 roku jako uczestnik programu Dharmasiswa³. Wybrałam studia w *Instytucie Sztuk Indonezji* w Denpasar na Bali⁴. Moim głównym celem była nauka tradycyjnego teatru cieni. Indonezją jako państwem nigdy wcześniej się nie interesowałam, szukałam więc wszelkich informacji praktycznych i kulturowych, które – już po wylądowaniu na obcym kontynencie – pomogłyby mi zrozumieć, co się dzieje dookoła mnie. Fragment rozpoczynający wstęp, mimo że ukazał się w przewodniku turystycznym, zapadł mi głęboko w pamięć i w pierwszych miesiącach pobytu na Bali przypominał mi się kilka razy dziennie.

¹ J. Zaborowska, *Bali*, Warszawa 2006, s. 25.

² W Polsce wydano jeden przewodnik poświęcony wyłącznie Bali, jeden przewodnik po całej Indonezji oraz jeden po Azji Południowo-Wschodniej. Zob. również J. Lenartowicz, *Bali, raj mórz południowych, wyspa czcicieli kosmosu*, Warszawa 2007; C. Geertz, *Interpretacja kultur*, Kraków 2005; tenże, *Negara. Państwo-teatr na Bali w XIX wieku*, New Jersey 1980.

³ Dharmasiswa to roczny lub półroczny program stypendialny rządu indonezyjskiego, umożliwiający jego beneficjentom podjęcie studiów w dziedzinie kultury i sztuki Indonezji.

⁴ ISI Denpasar – jedyna na Bali artystyczna szkoła wyższa, nadająca tytuły naukowe.

Clifford Geertz⁵ w *Interpretacji kultur* opisuje swoje trudności towarzyszące wkroczeniu w społeczność balijską:

„Byliśmy w niej intruzami – intruzami-zawodowcami – a mieszkańcy wioski potraktowali nas tak, jak to zwykle czynią Balijszczy z każdym, kto nie będąc częścią ich życia, narzuca im mimo to swoją obecność: udali, że nas tam nie ma. Dla nich, a w jakimś stopniu także dla siebie samych, nie istnieliśmy, byliśmy niczym widma, niewidzialni”⁶.

Moje doświadczenia są zupełnie inne, co z pewnością wiąże się z ich okolicznościami: z inną epoką (Geertz – 1958) i z innym miejscem (Geertz – wioska Tihingan, rejon Klungkung) przeprowadzonych badań. Już następnego dnia znalazłam pokój, a moimi sąsiadami okazali się sami Balijszczy, dla których nie tylko tam „byłam”, ale wręcz „byłam atrakcją”. Mężczyźni cały czas zagadywali, prawili komplementy, uśmiechali się szeroko, a kobiety dotykały mojej twarzy, mówiły, że mam ładną skórę, przystawiały swoją rękę do mojej, kręcąc przy tym głowami. Nie mogłam zapytać wprost, dlaczego tak myślą, ponieważ nie wiedziałam, czy to nie byłoby niegrzeczne; komunikację utrudniała mi zresztą nikła znajomość języka indonezyjskiego.

Na początku sądziłam, że przyczyną ich reakcji jest mój egzotyczny, jak na tamtejsze realia, wygląd i cały czas przypominała mi się legenda z przewodnika, według której kolor mojej skóry nie powinien być dla Balijszczyków atrakcyjny. Twierdziłam tak przez jakieś dwa miesiące pobytu na Bali – do momentu pierwszej wizyty w sklepie, w dziale kosmetyków. Wtedy to znajoma ostrzegła mnie, żebym uważała na kosmetyki wybielające, które na wyspie są bardzo popularne. Ponieważ nigdy wcześniej o takich nie słyszałam, wyjaśniła, że marzeniem większości kobiet na Bali jest biała skóra, stąd duży popyt na tego rodzaju produkty i w niektórych sklepach trudno znaleźć zwykłe mydło bez napisu *skin whitening*.

Kolejne obserwacje dotyczące zjawiska wybielania skóry sprowokowały moją ciekawość. Chciałam uzyskać odpowiedzi na pytania, które sobie zadawałam, widząc sklepy przepelnione produktami wybielającymi skórę i oglądając w telewizji reklamy tych artykułów. Jako że praktyka wybielania skóry nie jest w Polsce powszechnie znana⁷,

⁵ Clifford Geertz, amerykański antropolog, żył w latach 1926-2006. Jest twórcą antropologii interpretatywnej, prowadził badania na Jawie i Bali.

⁶ C. Geertz, *Interpretacja...*, dz. cyt., s. 461.

⁷ A przynajmniej nie w takim kontekście. W Polsce określenie „wybielanie skóry” dotyczy bardziej wybielania piegów czy pozostałości po bliznach.

przytoczę definicję tego zjawiska:

„Wybielanie skóry – termin obejmuje szereg kosmetycznych metod stosowanych do wybielania skóry. Rozjaśnianie skóry lub wybielanie wzbudza kontrowersje ze względu na bezpośredni wpływ na zdrowie, tożsamość, własny wizerunek oraz konotacje z wyższością rasową i mentalnością kolonialną. Istnieją również dowody na to, że niektóre składniki, które zawierają publicznie dostępne produkty stosowane do wybielania skóry, mogą być szkodliwe”⁸.

Definicja pochodzi z *Wikipedii* – najbardziej „obiektywnego” spośród znalezionych źródeł. Pisząc „obiektywne”, mam na myśli fakt, że nie jest to strona koncernu działającego w branży kosmetycznej lub farmaceutycznej. Sposób sformułowania sytuuje ją natomiast dokładnie na przeciwnym biegunie opinii, jakie prezentują na ten temat tego typu firmy. Zanim omówię poszczególne produkty i zabiegi wybielające, dokonam analizy cytowanej definicji.

*Kontrowersyjność tematu – przypuszczam, że dla autora definicji wyraża się w przedstawionych przez niego skutkach, jakie wywołują produkty wybielające.

**Szkodliwy wpływ na zdrowie – chodzi o występowanie w niektórych produktach wybielających takich składników jak np. chlorek rtęci czy hydrochinon. Szczególnie szkodliwy wpływ na zdrowie mają kosmetyki sprzedawane na bazarach, ich skład jest bowiem nieznan. Część indonezyjskich kobiet kupuje te artykuły, gdyż są o wiele tańsze od dostępnych w sklepach, a jednocześnie imitują droższe odpowiedniki (są w tych samych opakowaniach etc.).

***Tożsamość, własny wizerunek – same nazwy produktów wybielających np. WHITE BEAUTY firmy Ponds czy WHITE PERFECT firmy L’Oreal podkreślają pozytywne nacechowanie bieli, którą dodatkowo faworyzują scenariusze reklam, sugerujące np. większą atrakcyjność „bielszych” kobiet⁹ lub wpływ koloru skóry na zawodową karierę¹⁰.

****Wyższość rasowa, mentalność kolonialna – tutaj sprawa się komplikuje, ponieważ według danych, jakie udało mi się zebrać,

⁸ Por. http://en.wikipedia.org/wiki/Skin_whitening [dostęp: 11.10.2009], tłum. własne.

⁹ Zob. np. www.youtube.com/watch?v=AhSRp0ffNaQ&NR=1 [dostęp: 11.10.2009].

¹⁰ Zob. np. www.youtube.com/watch?v=KIUQ5hbRHxk&NR=1 [dostęp: 11.10.2009].

głównym kreatorem koncepcji pięknej białej skóry była Japonia¹¹, tam także po raz pierwszy pojawił się kosmetyk wybielający¹². Wnioskuje zatem, że sformułowanie „mentalność kolonialna” powinno również obejmować kolonizatorów azjatyckich. Kolejnego pojęcia „wyższości rasowej”¹³ też nie cechuje jednoznaczność, bo zjawisko wybielania skóry jest obecne nie tylko w krajach azjatyckich, ale i w krajach Afryki, Ameryki Północnej czy Europy.

„Kosmetyki wybielające skórę i kremy z filtrem przeciwsłonecznym stanowią dziś największy odsetek produktów do pielęgnacji urody sprzedawanych w większości krajów Azji Wschodniej [...]”¹⁴ – tak zaczyna swój artykuł poświęcony wybielaniu skóry na Tajwanie Katarzyna Pawlak. To jedyny, pomijając krótkie wzmianki w Internecie, bardziej kompleksowy tekst w języku polskim przedstawiający **zjawisko wybielania skóry**. Choć pochodzi z 2006 roku, jego pierwsze zdanie jest do dzisiaj aktualne. Dodać należy, że segment rynku kosmetycznego oferujący produkty wybielające z roku na rok się rozrasta. Teraz obejmuje – poza kremami, tonikami czy maseczkami, o których pisze Pawlak – np. mydła bądź chusteczki odświeżające typu *whitening*¹⁵. Poszerza się równocześnie asortyment produktów dla mężczyzn; pojawiają się reklamy adresowane do panów, sugerujące, że jeśli nie wybielą skóry, nie znajdą „miłości swojego życia”¹⁶. Katarzyna Pawlak zawężyła swoje spostrzeżenia na temat zjawiska wybielania skóry do mieszkańców Tajwanu, gdzie, jak twierdzi,

„biały odcień skóry zdaje się dziś informować o innych, dziś daleko ważniejszych, cechach, które współcześnie decydują o sukcesie społecznym kobiety. Nie tyle wskazuje wprost na

¹¹ Chodzi o japońskie gejsze i okres *Edo*, w którym się pojawiły – czyli przed kolonizacją Japonii.

¹² Dane [za:] www.in-cosmeticsasia.com/files/pres_wkshp1_skin_lightening_marketjapan.pdf [dostęp: 11.10.2009].

¹³ Samo pojęcie „rasa” ma kilka różnych definicji. Osobiście odwołuję się do osiemnastowiecznej koncepcji Blumenbacha, ponieważ – za sprawą szkolnictwa – jest ona trwale zakorzeniona w świadomości Polaków. W edukacji do poziomu szkoły średniej, mówiąc o rasach, przytacza się właśnie Blumenbachowską klasyfikację, wyróżniającą trzy rasy podstawowe: białą, czarną i żółtą; później dopiero tworzą się bardziej szczegółowe podgrupy. Taki sam podział przyjął się w Indonezji, gdzie większość mieszkańców mówi o swojej skórze: *hitam* (czarna) lub *cokelat* (brązowa).

¹⁴ K. Pawlak, *Szał Meibai*, [w:] „Kultura Popularna”, nr 4, 2006, s. 15.

¹⁵ Słowo to, wraz z nazwą firmy, często występuje na produktach wybielających.

¹⁶ Zob. www.youtube.com/watch?v=zgu96y6o5No [dostęp: 11.10.2009].

pozycję społeczną, ile raczej na możliwość jej osiągnięcia, m.in. za pomocą cech, które mogłyby się uwidocznic podczas realizowania projektu dążenia do białości, takich jak: wyjątkowa konsekwencja, wytrwała praca przez całe życie nad utrzymaniem pięknego odcienia skóry, zdolność oparcia się zachciankom i rozrywkom, które ostatecznie mogłyby zrujnować cały projekt¹⁷.

Autorka przekonuje również, że tak duże znaczenie kosmetyków wybielających mogło spowodować „[...] utożsamienie japońskiego stylu życia ze stylem życia klasy średniej, zaś sama Japonia stała się wyrocznią w zakresie mody czy urody”¹⁸.

Problem wybielania skóry omawia się często wyłącznie w kontekście azjatyckim. Choć nie jest to jedyny rynek zbytu wybielających produktów, niewątpliwie w dzisiejszych czasach to rynek największy. Właśnie dlatego firma In-cosmetics postanowiła zorganizować w dniach 13-15 października 2009 roku w Singapurze specjalną konferencję¹⁹ poświęconą wybielaniu skóry. Jej program przewidywał wykłady poruszające kwestie regulacji prawnych dotyczących wprowadzania produktów wybielających na rynek azjatycki, ich bardziej efektywnego testowania²⁰. Być może powiązanie tematów prelekcji z medycyną i prawem stanowi próbę ratowania wizerunku zjawiska wybielania skóry, jest to zresztą zabieg mający na celu wypromowanie tylko niektórych firm, spełniających określone standardy. Menadżer konferencji, Pam Jones, w wywiadzie zamieszczonym na stronie internetowej In-cosmetics stwierdza:

„Wybielanie skóry pozostaje kontrowersyjnym tematem. Hydrochinon, historycznie jeden z najbardziej popularnych, ale również i najbardziej kontrowersyjnych aktywnych składników, został zakazany przy produkcji kosmetyków wybielających w większości krajów, jednakże niektórzy dermatolodzy nadal używają produktów zawierających ten składnik”²¹.

Ten sam tekst omawia problem wprowadzenia regulacji prawnych związanych z zatwierdzeniem produktów wybielających, co ma

¹⁷ K. Pawlak, art. cyt., s. 16.

¹⁸ Tenże.

¹⁹ Por. www.in-cosmetics.com [dostęp: 11.10.2009].

²⁰ Zob. www.in-cosmeticsasia.com/page.cfm/action=Seminars/SeminarID=61 [dostęp: 11.10.2009].

²¹ Por. www.in-cosmeticsasia.com/page.cfm/link=97 [dostęp: 11.10.2009], tłum. własne.

wpłynąć na uczynienie ich nieszkodliwymi dla zdrowia²². Ostatnie pytanie skierowane do Pam Jones brzmi: „Jak się zmienia rynek azjatycki? Jak produkty wybielające skórę są promowane?”. W odpowiedzi menadżer zapewnia, że azjatyccy konsumenci stają się bardziej świadomi, a „Promocja produktów wybielających staje się bardziej techniczna. W dzisiejszych czasach na ulotkach zamieszczane są grafy oraz fotografie twarzy przed i po zabiegu”²³.

Kolejnym tekstem opublikowanym na stronie In-cosmetics w jej wersji azjatyckiej jest wywiad z dr Aminą Mire z Wydziału Socjologii i Antropologii Uniwersytetu Carleton w Ottawie. Badaczka mówi o ważności poszanowania dla kultury kraju, na którego rynkach firma chce zaistnieć²⁴. Zapytana o to, czy Azjaci próbują przyswoić sobie zachodni styl życia, używając zachodnich produktów, odpowiada:

„Nie sądzę, aby Azjaci próbowali przyswoić sobie zachodni styl życia. W przeszłości był taki okres [...], ale teraz sądzę, że Azjaci celebrytują swoją własną tożsamość i unikalne piękno, tak jak nie czynili tego nigdy dotąd. Są trendy skierowane na zachodni sposób życia, ale jest to bardziej wynik procesu globalizacji i urbanizacji”²⁵.

Po przedstawieniu tak różnorodnych opinii na temat zjawiska wybielania skóry, myślę, że mogę zaprezentować odpowiedzi Balijszyków oraz osób krócej lub dłużej przebywających na Bali – odpowiedzi na pytania, które zadałam im w maju 2008 roku.

Podstawową cechą skonstruowanych przeze mnie pytań jest ich przystępność, pozwalająca je zadać wszystkim, zaś brak odpowiedzi – traktować jako swoistą odpowiedź. Pytania przygotowałam w dwóch wersjach językowych: indonezyjskiej i angielskiej. Tutaj przytaczam je w tłumaczeniu na język polski:

I. Jak Pani/Pan myśli, dlaczego ludzie na Bali używają kosmetyków wybielających?

II. Dlaczego biała skóra na Bali symbolizuje/reprezentuje piękno?

III. Jakie trzy przymiotniki kojarzą się Pani/Panu ze słowem „biały”?

²² Zob. www.yogawiz.com/blog/home-remedies/skin-color-pigmentation-function-of-melanocytes-reduce-melanin.html [oraz] www.pri.org/world/asia/skin-whitening-big-business-asia.html [dostęp: 11.10.2009].

²³ Por. www.in-cosmeticsasia.com/page.cfm/link=97 [dostęp: 11.10.2009].

²⁴ Por. www.in-cosmeticsasia.com/page.cfm/link=122 [dostęp: 11.10.2009].

²⁵ Por. www.in-cosmeticsasia.com/page.cfm/link=122 [dostęp: 11.10.2009].

Badania rozpoczęłam w mieście Denpasar. Zdecydowałam się również na przeprowadzenie wywiadów w turystycznych miejscowościach Kuta i Ubud oraz w kilku mniej popularnych wioskach.

Denpasar jest największym ośrodkiem miejskim na Bali, a także centrum administracyjnym wyspy. Stąd też jego dynamika i pośpiech panujący na ulicach. Ubud natomiast stanowi przeciwieństwo Denpasar – to kolebka tradycji, która przyciąga swoich zwolenników. Kuta z kolei ma typowo turystyczno-rozrywkowy charakter. Mniejsze wioski, w których prowadziłam badania, nie są aż tak popularne i nie wyróżniają się niczym specyficznym.

Proces zbierania materiału badawczego trwał dwa tygodnie. W pierwszym tygodniu byłam w centrum Denpasar i w Kucie. W następnym tygodniu podjęłam badania w Ubud. Próbowałam dodatkowo rozmawiać z mieszkańcami okolicznych wiosek, jednak nie pozwolono mi tam nawet włączyć kamery. Ponieważ w drugim tygodniu zrezygnowałam z przeprowadzania wywiadów na ulicy, w jakiś sposób i miejsce/wnętrze zaczęło determinować rozmówców (już nie tylko miasto).

Wyboru wewnątrz dokonałam z zachowaniem zasady różnorodności: supermarket, sklep z ekskluzywnymi kosmetykami, salon piękności, księgarnia, restauracja z ekologiczną żywnością, bar szybkiej obsługi. Odwiedziłam również kilka domów mieszkalnych.

Rozmówcy byli informowani, że zostaną im zadane trzy krótkie pytania na temat zjawiska wybielania skóry na Bali. Dopiero gdy wyrażali zgodę na filmowanie odpowiedzi, przystępowałam do przeprowadzenia wywiadu. Reasumując, w centrum Denpasar byłam dwa razy, w Ubud raz, w Kucie dwa razy. Przeprowadziłam 17 wywiadów, w tym w Denpasar 8, w Ubud 8, 1 w Sukawati i 1 w Kucie. Wywiady trwały 2-5 minut. Przeprowadziłam wywiady z wybranymi losowo 17 osobami.

grupa	ilość osób	kobiety	mężczyźni
Balijszczy	10	4	6
Emigranci	2	1 (USA)	1 (Austria)
Inni (turyści, studenci zagraniczni)	5	3 (Norwegia, Meksyk, USA)	2 (Zambia, USA)

Osoby, z którymi rozmawiałam, przedstawię w kolejności ich pojawiania się w materiale filmowym, a nie w kolejności przeprowadzania z nimi wywiadów.

Respondent 1. Ekspedientka z Denpasar – pracuje na jednym z wielu stoisk kosmetycznych w sklepie *Tiara Dewata*, w centrum Denpasar. Wywiad przeprowadzony w jej miejscu pracy.

Respondent 2. Kadek Capung – lalkarz i muzyk z Sukawati. Wywiad przeprowadzony w jego domu.

Respondent 3. Turystka z Norwegii. Wywiad przeprowadzony na ulicy w Ubud.

Respondent 4. Przechodzień z Ubud – spotkany na jednej z najbardziej ruchliwych ulic w Ubud. Wywiad przeprowadzony w jego domu.

Respondent 5. Imigrant z Austrii – prowadzi prywatną firmę na Bali. Wywiad przeprowadzony w jego biurze w Ubud.

Respondent 6. Turystka z USA – piosenkarka, podróżniczka. Wywiad przeprowadzony w restauracji z ekologiczną żywnością w Ubud.

Respondent 7. Konsultantka, dermatolog – pracuje w jednym z ekskluzywnych salonów piękności w Denpasar. Wywiad przeprowadzony w jej gabinecie.

Respondent 8. Mieszkaniec Ubud – ojciec respondenta numer 4. Wywiad przeprowadzony w ich domu w Ubud.

Respondent 9. Turysta z USA – podróżnik w trakcie samotnej wyprawy po Azji Południowo-Wschodniej. Wywiad przeprowadzony w Ubud.

Respondent 10. Pracownik baru szybkiej obsługi – wywiad przeprowadzony w jego miejscu pracy w Denpasar.

- Respondent 11. Mieszkaniec Denpasar. Wywiad przeprowadzony w Denpasar w jednym z większych centrów handlowych.
- Respondent 12. Student z Zambii – uczy się na Wydziale Muzyki ISI Denpasar. Mieszka w Denpasar. Wywiad przeprowadzony na uczelni.
- Respondent 13. Imigrantka z USA – mieszka w pobliżu Ubud. Wywiad przeprowadzony w restauracji w Ubud.
- Respondent 14. Ekspedientka – pracuje w księgarni w Ubud, odwiedzanej głównie przez turystów. Wywiad przeprowadzony w miejscu jej pracy.
- Respondent 15. Ekspedientka z Kuty – pracuje w ekskluzywnym centrum handlowym na jednym z wielu stoisk kosmetycznych.
- Respondent 16. Mieszkaniec przedmieść Denpasar. Wywiad przeprowadzony przed jego domem.
- Respondent 17. Studentka z Meksyku – uczy się na Wydziale Tańca ISI Denpasar, mieszka w Sukawati. Wywiad przeprowadzony na uczelni.

Rezultatem przeprowadzonych badań nie są wyłącznie ich wyniki. Jest nim także film dokumentalny²⁶, który, ściślej rzecz ujmując, zalicza się do gatunku *dokument kreacyjny*²⁷, gdyż składają się na niego zarówno wywiady jak i fragmenty *performance „putih putih”*²⁸ – wybrana reklama telewizyjna produktu wybielającego skórę oraz materiał nagrany w dziale kosmetycznym jednego z większych sklepów w Denpasar.

²⁶ Materiały z zarejestrowanymi wywiadami złożyły się na film, powstały w wyniku montażu, który polegał na usuwaniu technicznie lub merytorycznie chybionego materiału (milczenie respondenta, zagłuszenia dźwiękowe).

²⁷ T. Lubelski (red.), *Encyklopedia kina*, Kraków 2003, s. 252.

²⁸ „Putih putih” czyli „biały biały” – realizowany w kwietniu 2008 roku przez grupę międzynarodowych studentów *performance*, w którym brałam udział. Miał na celu zainteresowanie Balijszczyków zjawiskiem wybielania skóry.

Zdaniem Adama Nobisa, „[...] dokumentalista zawsze rejestruje, a nie tylko tworzy. Rejestruje nieuchronnie, nawet gdy tworzy. Podobnie praca antropologa jest badaniem rzeczywistości także wtedy, gdy jest jej interpretowaniem”²⁹. W tym przypadku gotowy materiał stanowi dodatkowe źródło poznawcze. Możemy usłyszeć wypowiedź, a dodatkowo zobaczyć sposób jej wygłaszania, zaobserwować mimikę twarzy czy gesty, które często zdradzają stosunek osoby wypowiadającej się do tematu.

Wyniki badań przedstawię w formie listy odpowiedzi na dane pytanie.

I. Jak Pani/ Pan myśli, dlaczego ludzie na Bali używają kosmetyków wybielających?

1. -

2. Jeśli nie masz tego, czego potrzebujesz, znajdziesz to. Dziewczyny chcą mieć białą twarz, to będzie znaczyć: „Jestem ładna i mam pieniądze”.

3. Nie mam opinii na ten temat, ponieważ nie wiedziałam, że takie zjawisko istnieje. Ale jeżeli to prawda, że produkty wybielające są tutaj w sklepach, uważam, że jest to smutne.

4. -

5. -

6. Jeżeli masz ciemną skórę, chcesz mieć jasną, jeśli masz jasną, chcesz mieć ciemną.

7. Oni nie chcą być bardziej biali, ale oni chcą być jaśniejsi, rozumiesz, o co mi chodzi? Jaśniejsi, bardziej czystszy, świeżsi, skóra bardziej świeższa niż wcześniej. Jeśli skóra wygląda świeżo, będzie wyglądała na bielszą, rozumiesz? Możesz dostać zastrzyk, żeby wybielić skórę, używamy witaminy C i... witaminy C, żeby rozjaśnić skórę, zregenerować komórki.

8. Balijszczyki lubią białą skórę...

9. -

10. Jeżeli chodzi o mnie, to dla mnie moja skóra jest w porządku.

11. -

12. Co ja mam myśleć? Oni używają tych wszystkich wybielających produktów, bo chcą być biali lub mieć jaśniejszą skórę, cokolwiek...

13. Emigrantka z USA rozmawia z dziewczyną pracującą w restauracji.

²⁹ A. Nobis, *Film dokumentalny i jego status poznawczy w antropologii społeczno-kulturowej*, [w:] „Studia Filmoznawcze”, nr 26, 2005, s. 27.

Emigrantka: Ale czy chodzi tylko o kolor, czy to ma ugruntowanie społeczne, jak... system kastowy? Odwieczny system kastowy?

Dziewczyna: Tak.

Emigrantka: Jeśli jesteś biała, inni będą cię bardziej doceniać, będą mieli dla ciebie większy szacunek?

Dziewczyna: Tak myślę.

14. Nie wierzę, że jakakolwiek rzecz może wybielić lub zmienić ludzi.

15. -

16. -

17. -

II. Dlaczego biała skóra na Bali symbolizuje piękno?

1. Nie chcą być białe, ale chcą być czyste, mieć całą skórę tego samego koloru.

2. Ale, wiesz, dużo białych przyjeżdża tutaj, tak? I kiedy Balijski widzą ich: „O biali, z białą skórą, wyglądają pięknie”, tak? Oni wyglądają dobrze w ubraniach, wiesz, o co mi chodzi? Wszystko, co ubierasz, pasuje do twojej twarzy, bo jesteś biał..., twoja twarz jest biała, twoja skóra jest biała. To powoduje, że wszystkie kobiety, wszystkie dziewczyny tutaj: „Jeżeli będę tak samo biała, też będę dobrze wyglądać”. Kiedy pracujesz na słońcu, to znaczy, jesteś pracownikiem fizycznym... Jak na to mówisz? Tak, robotnikiem. A kiedy jestem biały, to znaczy, pracuję w biurze, pracuję w pokoju klimatyzowanym.

3. Myślę, że balijskie kobiety, które widziałam, są dużo piękniejsze, ponieważ mają naturalny wygląd, naturalną opaleniznę, one nie nakładają żadnych... To nie jest sztuczne. One nie są sztuczne, to nie nakładają dużo makijażu, więc naprawdę nie mogę zrozumieć, dlaczego to robią, ponieważ są tak piękne.

4. Biała jest piękna i delikatna, jeżeli biała – piękniejsza, interesująca, czysta, interesująca.

5. Nie wiem, ponieważ myślę, że czarna skóra wygląda dużo bardziej pięknie niż biała skóra, nie wiem.

6. Chociażby dlatego, że biała skóra jest dla nich egzotyczna. Postrzegają coś za piękne, ponieważ jest inne.

7. -

8. Jeżeli ciemna – nieinteresująca, jak moja skóra – jest ciemna i nieinteresująca.

9. Dlaczego biała skóra symbolizuje piękno? Nie wiem... Myślę, że ciemna skóra symbolizuje piękno, tak? Chodzi mi o to, że Balijszczy nie wydają się być tym tak przejęci, jak to widziałem. Szczerze mówiąc,

mieszkańcy Laosu i Kambodży więcej wybielają skórę; wydaje się, że ludzie ci chcą wyglądać bardziej biało. Może tam jest piętno społeczne, ponieważ ludzie, których skóra jest ciemniejsza, pracują na zewnątrz, są pracownikami fizycznymi i reprezentują niższą klasę, więc to, co ja... więc to... wiesz, może dlatego, historycznie tak to było.

10. Ponieważ Indonezyjczycy myślą, że skoro w ich kraju jest tak dużo ludzi z ciemną skórą, rzadko widzą kogoś, kto jest rasy białej, która jest biała i czysta.

11. Jeżeli ktoś jest biały i nieładny, to jest lepiej, nie będzie aż taki brzydki.

12. Nie wiem, ale, jak widzisz, większość znanych osób ma jasną skórę, jest również dużo białych sławnych osób. Nie wiem, może to ich pociąga, to do tej pory zaobserwowałem u Indonezyjczyków.

13. Myślę, że w dawnych czasach biali ludzie byli głównie z rodziny królewskiej. Ludzie chcą być... to jest wyobrażenie, tym, co sobie wyobrażają. Sprawia to, że stają się lepsi, biały jest jak... międzynarodowy system kastowy.

14. -

15. Dla Indonezyjczyków skóra białych jest ładniejsza, ponieważ skóra białych jest biała naturalnie, skóra Indonezyjczyków jest taka [pokazuje swoją rękę], nie może być bielsza od ludzi białej rasy, najważniejsze jest to, że skóra jest czysta.

16. -

17. -

III. Jakie trzy przymiotniki kojarzą się Pani/Panu ze słowem „biały”?

1. Biała skóra... dobra... piękna, czysta. Co jeszcze... zdrowa.

2. -

3. To nie jest dobre... Właściwie, niestety, jak chciwość, to jest właściwie jedno z nich, to nie jest zbyt pozytywne, nieprawdaż? Ignorancja...

4. -

5. Biały. Mam mało czasu do namysłu, za szybko zadajesz pytania. Biały, przymiotnik, biały - czysty, biały - świątynia, biały również, właściwie to jest kolor sakralny, święty kolor, więc święty może jako trzeci przymiotnik.

6. Biały - czysty (pure)...

7. -

8. -

9. Biały, tu mnie masz, bo pierwsze, o czym pomyślałem, to

„Biali nie potrafią skakać”, ale to nie ma nic wspólnego ze skórą, tak? Śnieg i Europejczyk, wiesz, przykro mi, mogę tylko wymienić dwa.

10. -

11. -

12. Biały? Czysty (clean), czystość (purity) i ludzie z Zachodu.

13. Czysty (pure), czysty (clean), śnieg.

14. Jakie przymiotniki? Nie ma, ponieważ biały mnie nie interesuje, zwłaszcza biała skóra.

15. -

16. Biały - czysty, biały - surowy, biały - szczęśliwy.

17. Biały - bogaty, piękny...

Podsumowanie

„Každy mieszkaniec Zachodu, który nie wychował się na Dalekim Wschodzie, a który uważa, że rozumie i potrafi porozumieć się z Chińczykami lub Japończykami, okłamuje samego siebie”³⁰. Hall precyzuje jednak w przypisie, że chodzi mu o zrozumienie dogłębne. Ja już do takiego nie aspiruję. Komunikuję. Komunikowali również moi respondenci. Celem analiz, które wykonałam i zamieściłam w pracy magisterskiej, było przedstawienie sposobu, w jaki komunikują. Natomiast niniejszy artykuł ma zainteresować szersze grono zjawiskiem wybielania skóry oraz zachęcić do obejrzenia filmu na ten temat³¹.

Streszczenie

Balijski mit o stworzeniu człowieka opiewa wyższość złocisto-brązowego koloru skóry, jakim Batara Guru (Wielki Nauczyciel) obdarzył przodków dzisiejszej populacji Archipelagu Malajskiego. W XX wieku - głównie pod wpływem zachodnich mediów - tradycyjna hierarchia wartości Indonezyjczyków uległa w poszczególnych kwestiach niefortunnej ewolucji. Przykładem tego stanu rzeczy jest olbrzymi popyt na kosmetyki wybielające skórę, wynikający z przeświadczenia o większej wartości jasnej cery nad śniadą.

W zamierzeniu autorki artykuł stanowi próbę wyjaśnienia powszechnej praktyki wybielania skóry na wyspie Bali. Będąca punktem wyjścia poniższej refleksji definicja badanego fenomenu odzwierciedla stopień kontrowersyjności tematu. Ze względu na podłoże ideologicz-

³⁰ E.T. Hall, *Poza kulturą*, Warszawa 2001, s. 10.

³¹ Zob. www.youtube.com/watch?v=TbgwG8r3jwE [dostęp: 11.10.2009].

ne (nawiązanie do kolonializmu) i uboczne skutki dla zdrowia (problemy dermatologiczne) chemiczne „wybielanie się” nigdy nie powinno wejść w modę. Tymczasem, wbrew wszystkiemu, codzienne życie Balijszczyków wskazuje na rosnące zainteresowanie produktami i metodami *skin whitening*. Powodem tego trendu są: imitacja „japońskiego stylu życia”, wpływ zachodniej popkultury i globalizacja standardów showbiznesu. Jasna cera i biała skóra stały się synonimem piękna, sukcesu i promocji społecznej – takie odpowiedzi padały podczas wywiadu, który autorka przeprowadziła z przypadkowo spotkanymi osobami w miastach Denpasar, Ubud, Kuta i Sukawati. Analiza uzyskanego materiału pozwala na lepsze zrozumienie mentalności Balijszczyków, ale pytanie: „dlaczego wybielanie?” pozostaje otwarte.

Abstract

The Bali myth of man's creation claims the superiority of the golden-brown skin color, which Batara Guru (Great Teacher) was supposed to have granted to the ancestors of the modern population of the Malay Archipelago. In the 20th century, mainly because of the western media influence, the traditional value hierarchy of the Indonesians changed rather unfortunately, at least in some areas. "Skin whitening" could serve as an example of that change, which causes a huge demand for cosmetics whitening the skin, as due to the conviction that clear skin is superior to brown skin.

It is the present author's intention to try to explain why it is so and how it works on Bali Island. The definition of that phenomenon, which is the point of departure for the reflection below, shows the range of the issue's controversial character. On account of the ideology behind it (applying to the colonialism), as well as the side effects on health condition (dermatologic problems), skin whitening should never come into fashion. Unfortunately, in spite of all the reasoning, everyday lives of the Bali people points to the growing interest in products and methods of *skin whitening*. There are several reasons why it is happening so, for example the "Japanese style of living", influence of the western pop culture and globalisation of show business standards. Light complexion and white skin have become synonymous with beauty, success and social promotion – such answers occurred during a survey which the author conducted with some accidentally met people in the towns of Denpasar, Ubud, Kuta and Sukawati. The analysis of the material obtained allows better understanding the mentality of the Bali people, yet the question: "why skin whitening?" remains open.