

Reprezentacijske strategije filma Barbie iz perspektive postfeminizma

Karabegović, Mia

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:874621>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-23**



Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



Sveučilište u Zagrebu

Fakultet političkih znanosti

Preddiplomski studij novinarstva

**Reprezentacijske strategije filma Barbie iz
perspektive postfeminizma**

Mia Karabegović

Mentor: izv. prof. dr. sc. Zlatan Krajina

SADRŽAJ

Uvod	1
Inkluzivnost i medijska reprezentacija	2
Reprezentacija	3
Reprezentacijske tehnike u filmu Barbie.....	4
Postfeminizam i pop kultura	5
Postfeminizam kroz Barbie	7
Uloga kena.....	9
Mojo Dojo Casa House- prikaz patrijarhalnog društva.....	10
Kritike.....	12
Kritike postfeminizma.....	13
Nominacije i nagrade	15
Zaključak.....	17
Literatura	18

Uvod

Barbie- film redateljice Grete Gerwig i kompanije Warner Bros postigao je svjetsku slavu ljeta 2023. godine. Film prati Mattelovu barbie lutku u njenom svijetu (*Barbieland*). Kroz egzistencijalnu krizu Barbie (Margot Robbie) i Kena (Ryan Gosling) otkrivamo razne prepreke s kojima se suočava lutka. U filmu koji prožima svijet *Barbielanda*, gdje barbice - ili žene - suvereno vladaju, dvoje glavnih likova kroče iz tog "savršenog" svijeta u kapitalističko i patrijarhalno društvo, gdje su žene ne samo gledane kao objekti, već i smatrane manje vrijednima od muškaraca u gotovo svakom mogućem aspektu. Film je humorističan sa nostalgičnim elementima ali nas također suočava s neizbježnom realnošću s kojom se svaka žena suočava u svojoj svakodnevici. Kratka pouka ovog filma bi mogla biti kako je samo jedna loša reprezentacija žene dovoljna da se djevojčice danas-sutra zbog iste osjećaju nesigurno ili drugačije, ali isto tako da nam se nameće nerealistični standard izgleda, iako je ovdje riječ o lutki. Prijelaz iz *Barbielanda* u stvarni svijet ne predstavlja samo promjenu okruženja, već i promišljanje o društvenim konstrukcijama, stereotipima i nejednakostima s kojima se žene suočavaju. Likovi se suočavaju s izazovima patrijarhalnog društva, gdje se njihova vrijednost često mjeri vanjskim izgledom i statusom, umjesto njihovim sposobnostima i karakterom. Unatoč tome što je film ostvario veliki uspjeh, ne možemo zanemariti kritike koje je izazvao. Mnogi su propitkivali njegovu sposobnost da ispravno predstavi složene društvene probleme i da ponudi autentičan prikaz ženina iskustva. Unatoč tim kritikama, važno je prepoznati da je ovaj film potaknuo važne razgovore o rodnoj nejednakosti, patrijarhatu i načinima na koje društvo vrednuje i marginalizira žene. Ovaj rad temelji se na reprezentaciji u *Barbie* filmu iz perspektive postfeminizma. Postfeminizam je kompleksan koncept koji se razvio nakon drugog vala feminizma i obuhvaća širok spektar ideja, stavova i praksi. Osnovna ideja postfeminizma je sagledavanje feminizma u kontekstu društvenih promjena nakon 1970-ih. Za razliku od drugog vala feminizma koji se fokusirao na kolektivnu borbu za prava žena, postfeminizam naglašava individualnost, identitet i kulturalne pretpostavke. U ovoj grani feminizma se često ističe ideja individualizma i važnost autonomije žena, umjesto naglasaka na kolektivnoj borbi. Nadalje, ova perspektiva promiče ideju da se žene mogu osnažiti kroz osobni uspjeh, samopouzdanje i individualno ostvarenje, kao što su karijera. S druge strane, kritičari postfeminizma ukazuju na to da ova perspektiva može zanemariti strukturne probleme koji pridonose rodnoj nejednakosti. Primjerice, ekonomska diskriminacija, rodno uvjetovano nasilje i nedostatak socijalne podrške za žene.

Inkluzivnost i medijska reprezentacija

Oglašavanje putem društvenih mreža od velike je važnosti kod neravnopravnosti spolova (Joon i Hooda, 2022). Feministička film teorija se od 70ih godina prošlog stoljeća bavi reprezentacijom žena i ženstvenosti kroz patrijarhat, dok se 80ih krenula baviti pitanjem roda i ženskih praksi. Britanski kulturni studiji krenuli su se baviti feminističkom literaturom kada se počinju javljati prvi radovi o konstrukciji muškosti u medijima (Kosanović, 2008). S pojavom konstrukcije muškosti ali i queer teorije i manjka reprezentacije LGBT zajednice, javlja se i pitanje ženske reprezentacije (Kosanović, 2008). Problematika ženske reprezentacije podijeljena i različito se tumači. Feministička filmska kritika tvrdi da ne može postojati univerzalni ženski lik, čime se okreće drugim idejama žene, stavljajući naglasak na klasu, rasu, etnicitet i seksualnu orijentaciju. Ovdje dolaze do izražaja postmoderna teorija, postkolonijalizam i slično (Kosanović, 2008). Drugi smatraju da je feministička poruka već prihvaćena i ciljevi ostvareni. Sada žena iz 1990ih-“nova žena” predstavlja i shvaćeni tradicionalni prikaz ženskosti ali i njezinu oslobođenu seksualnost i samosvijest (Kosanović 2008). Mnoge skupine koje su podzastupljene u medijima se suočavaju s istim problemom. To se odražava na njihovo djetinjstvo ali i pogled na društvo. Ono uključuje Barbie lutke, Disney princeze i ostale dječje igračke koje su stvorene za pomoć i utjehu djeci kroz rano djetinjstvo (Mabbornah i Goh, 2023). Barbie lutka postoji od pedesetih godina prošlog stoljeća kao nova i bolja alternativa igračkama za djevojčice. Njezina poruka bila je da žena može postići sve što želi. Zbog toga imamo Barbie veterinariku, Barbie astronautkinju, doktoricu, pjevačicu, detektivku i slično (Pena, 2024). Iako je tada Barbie slala snažnu poruku za što je sve žena sposobna, isto tako je projekcerala ne realne standarde za djevojčice i žene. Barbie je lutka plave kose, svijetlog tena i savršenih proporcija, također, hiper feminizirana prepoznatljivom rozom bojom i potpeticama (Pena, 2024). Promjene su nastale tek 2016. godine kada se uvodi linija barbika raznih proporcija, pa tako i Barbie s invaliditetom, a od 2019. godine postoje i lutke s vitiligom, protetikom za udove, aparatićem za uši i slično. Drugim riječima, Mattel kompanija vidi kritike koje su pristune već nekoliko desetljeća i tek ih unatrag nekoliko godina uzima u obzir. Film prikazuje obje strane barbika. Plastičnu lutku u njezinom svijetu, koji je prikazan na neprirodno-prirodan način za Mattelovu igračku (Pena, 2024). Njezin svijet je potpuno ružičast, baš onakav kakvog se sjećamo iz animiranih crtića. Savršena kosa, haljine, 2D hrana, bez vode, stepenica i sličnih objekata koje vidimo i bez kojih ne možemo zamisliti “normalan” svijet.

Reprezentacija

Stuart Hall i suradnici sugeriraju kako polazna točka ne bi trebala biti da televizija prenosi samo jedno značenje. Ona nudi različita značenja među kojima se jedno ističe i kojega gledatelj tumači (McRobbie, 2005). Također ističu kako ispravno tumačenje nikada nije zagarantirano. Uvijek postoji mogućnost za *krivu* interpretaciju. Kako publika interpretira medijske poruke? Hall je to objasnio konceptom “kodiranja i dekodiranja” (McRobbie, 2005). Sadržaj aktualnih događaja je kodiran, a dekodiran u trenutku prijema čime se potvrđuje uspješno kodiranje kao vrstu efekta transparentnosti. To se postiže konotacijom tako da gledatelj lakše prihvati sveobuhvatno značenje (McRobbie, 2005). Kroz *Uses of Cultural Studies*, McRobbie se bavi nekolicinom društvenih aspekata za koje je Stuart Hall bio od velike važnosti. Primjerice kako mediji i kultura utječu na naše viđenje događaja, od sučeljavanja političara na televiziji do gledanja filmova. U tekstovima o *Thatcherizmu* (vladavini Margaret Thatcher) Hall se fokusira na kulturu umjesto na medije. Koristio se konceptom artikulacije i pokazao kako se različiti elementi mogu "složiti" kako bi se stvorila potpuno nova politička vizija (Laclau i Mouffe, 1985, cit prema Robbie, 2005). Taj princip ujedno pokazuje kako ideološki pravci ne moraju nužno “pripadati klasi”, stoga su značajni za društvene skupine koje nisu povezane s njima (McRobbie, 2005). Zbog čega je reprezentacija važna? Stuart Hall navodi kako reprezentacija povezuje jezik, kulturu i značenje. Reprezentacija ključan dio procesa u kojemu se značenje proizvodi, i tako izmjenjuje među pripadnicima kulture (Hall, 1997). Hrvatska enciklopedija navodi reprezentaciju kao predstavljanje ili zastupanje nekoga ili nečega. U središtu procesa stvaranja značenja u kulturi nalaze se dva međusobno povezana "sustava reprezentacije". Prvi sustav omogućava nam da pridajemo značenje svijetu time što konstruiramo niz podudarnosti ili lanac ekvivalencija između stvari – ljudi, objekata, događaja, apstraktnih ideja itd. – i našeg pojmovnog sustava, odnosno naših mentalnih mapa (Hall, 1997). Drugi sustav ovisi o uspostavljanju podudarnosti između naših mentalnih mapa i skupa znakova, koji su organizirani ili raspoređeni u različite jezike te predstavljaju ili simboliziraju te pojmove. Veza između 'stvari', pojmova i znakova nalazi se u srži stvaranja značenja u jeziku. Proces koji povezuje te tri komponente naziva se 'reprezentacija' (Hall, 1997). Drugim riječima, postoje tri pristupa tome kako reprezentacija funkcionira. To su intencionalistički, konstruktivistički i pristup odraza. Svaki od njih može se promatrati kao pokušaj odgovaranja na pitanja „odakle dolaze značenja?“ i „kako možemo znati 'istinsko' značenje riječi ili slike?“ (Hall, 1997).

Reprezentacijske tehnike u filmu Barbie

Rad Stuarta Halla možemo primijeniti na samom filmu. Reprezentacija nam služi da nešto predstavimo i onda tu informaciju interpretiramo. Konkretno to znači da neku radnju opisujemo, *prizivamo* taj događaj kroz pisanje ili maštu i povezati ju s nečime nama poznatim (Hall, 1997). Primjerice, koristimo li premisu “Ovaj flim prikazuje Barbie u njezinom idealnom svijetu Barbielanda.”, koristeći reprezentaciju i sistem kodiranja i dekodiranja, možemo povezati tko je *Barbie* i barem zamisliti kako njezin savršeni svijet izgleda. Reprezentacija koristi simbole, koje pronalazimo u filmu. Barbie je lutka s plavom kosom koja obično nosi ružičastu odjeću, a je Ken njezin dečko. Općenito postoje tri vrste objašnjenja kako reprezentacija funkcionira-intencionalistički, konstruktivistički i pristup odraza. Drugim riječima, ova objašnjenja odgovaraju na pitanja “odakle dolaze značenja?” (Hall, 1997). Konstruktivistički pristup na ukazuje na to da mi sami dajemo značenje sustavom reprezentacija. Stoga Barbie u filmu koja je puna emocija i *ljudskosti* zamijenila je plastičnu *savršenu* Barbie lutku. To nam pokazuje da je vizija barbike društveni konstrukt, dok nam se u filmu pokazuje „nova“ Barbie, kakvu još nismo upoznali.

Postfeminizam i pop kultura

Post-feminizam je društveni fenomen i koncept kojim se opisuju pristupi feminističkoj teoriji koji su nastupili kao odgovor na tradicionalne feminističke pravce 20. stoljeća. Prema McRobbie, post-feminizam teško je jednostavno definirati jer sadrži širok spektar novo otkrivenih konflikata unutar domene feminizma. Kao primjer navodi reklame iz devedesetih godina za donje rublje u kojima prikazana žena zadivljeno gleda u svoje grudi. Feministkinje iz drugog vala vjerojatno bi ovakvo nešto vidjele kao seksistički i smatrale to korakom unazad, dok post-feministkinje na primjer, to vide kao oslobađajuće i kao pozitivnu provokaciju kojom se želi prikazati da žena može i treba biti zadovoljna svojom ženstvenošću i seksipilom (McRobbie, 2004: 258). McRobbie navodi kako mlade žene sve više uzimaju svoju seksualnost i iskorištavaju je u svoju korist predstavljajući je kao nešto što je dobro i poželjno (npr. posao striptizeta). Ovaj koncept naziva „komercijalnom seksualnošću,„. Još jedan koncept koji McRobbie izdvaja je „ženska individualizacija“. Prvi su ga razvili sociolozi Giddens (1991), Beck i Beck-Gernsheim (2002) i Bauman (2000, 2001). Ono što je zajedničko svim autorima jest definiranje same individualizacije kao takve, odnosno kapacitet svake osobe da si sama isplanira život (McRobbie, 2004: 260). Post-feministička teorija tu uvodi „žensku individualizaciju“ – gdje objašnjava da mlade djevojke moraju skovati životne planove koji više nisu centralizirani oko domaćinstva i tradicionalne obitelji. Moraju napraviti ispravnu odluku o tome žele li se uopće udavati ili ne, prihvatiti odgovornost za pronalazak posla, ne oslanjajući se ni na koga (McRobbie, 2004: 261). Autorica ističe da su ovakvi scenariji i problemi široko predstavljeni u popularnoj kulturi namijenjenoj pretežno ženama (tzv. chick lit/flicks). Kao primjer toga autorica navodi film *Dnevnik Bridget Jones (Bridget Jones's Diary)*. Radnja filma stavljena je u London, gdje Bridget Jones, koja ima 30 godina, živi svoj „slobodni“ život izlazeći u klubove bez obaveza prema ikome. Ona je prikaz emancipirane žene koja nije opterećena tradicionalnim vrijednostima i ne srami se zbog toga. Unatoč tomu, kroz film su prikazane i anksiozne misli s kojima se Bridget nosi, većinom oko toga da će zauvijek ostati sama i neće uspjeti naći pravog muškarca za koga će se udati s kojim će provesti život. Uz te misli, Bridget je zabrinuta i oko svoje težine te prati kalorijski unos svega što pojede. Zapisuje ga, uz sve druge misli, želje i buduće projekte u svoj dnevnik. Ovime se ističe da unatoč tomu što su mlade žene emancipirane i sigurne u svoju seksualnost, još uvijek se bore sa anksioznim mislima povezanim uz tradicionalne vrijednosti kao primjerice pronalazak supruga (McRobbie, 2004: 261- 262). Pokret također naglašava da je popularna kultura bitan faktor prodiranja feminizma u javno mnijenje. Jedno od ključnih područja gdje se ova dinamika nerijetko manifestira. Filmovi poput

La La Land ili noviji *Barbie*. A jedna žena koja u svojim filmovima uvijek naglašava i promiče važnost ženskih prava i feminističku ideologiju je Greta Gerwig. Njeni filmovi, poput *Male žene (Little Women)* ili novog hita *Barbie*, isprepliću feminističku ideologiju s temom filma na suptilan i slojevit način. Žene su od malena naučene na iskrivljene motive u pričama poput bajki. Seksistički tonovi u opisima likovima ali i samoj priči odmah su zamijećene od strane feministica čim su se pojavili u društvenoj i političkoj areni (Budidarma i dr., 2023). Prema Mariji Lieberman (Budidarma i dr., 2023 prema Erum, 2009), bajke nisu "univerzalne priče" već one uče djevojčice krivom sudu da će „najpoželjnije“ biti ako su pasivne i fizički atraktivne. Karen Rowe (1986) tvrdi da bajke promiču "primamljive fantazije" o kazni i nagradi: pasivnost, ljepota i bespomoćnost vode do braka i prosperiteta, a samosvjesne, "agresivne" i moćne žene osuđene su na društvenu osudu i smrt (Budidarma i dr., 2023). Bajke se u feminističkim krugovima kritiziraju kao antifeminističke jer djevojke uče o pasivnosti i poniznosti. To nam pokazuje jedan od mnogih primjera- Snjeguljica i sedam patuljaka. Patuljci su prikazani kao snažni radnici koji rade „muške“ poslove dok Snjeguljica za njih obavlja kućanske poslove (Budidarma i dr., 2023). Navedena reprezentacija i svaka iduća utječe na djecu koja čitaju ili gledaju crtiće o bajkama. Dječaci će težiti razmišljanju da je normalno da je žena „pomoćnica“ dok on priređuje za obitelj i obrnuto, djevojčice će biti sklone razmišljaju da trebaju biti ponizne muškarcima (Budidarma i dr., 2023).

Postfeminizam kroz Barbie

Film započinje referencom na *Odiseja u svemiru* iz 2001., Stanleya Kubricka. Povučena je paralela između početka čovječanstva i nastanka barbie lutke, koja je tada bila revolucionarna i označavala je početak nove ere (Benson, 2023). Barbie se “ne rađa”, drugim riječima ona je lutka koja nije stvorena na konvencionalan način. Žene se susreću s raznim predrasudama kada je riječ o reproduktivnom zdravlju, a sama referenca je kritika na majčinstvo i za što se ono u društvu smatra. Majčinstvo kao ideološki temelj ljudskih uloga i “najveća i najvažnija” uloga žene, ovime se osporava. Barbie često naglašava činjenicu da nitko u njezinom svijetu nema reproduktivne organe, a i na njih se nije obraćala pažnja sve do dolaska u pravi svijet i zadnje scene gdje Barbie odlazi kod ginekologa, što označava prelazak u stvarni svijet. Redateljica odaje počast velikim redateljima našeg vremena, stoga je kuća čudne Barbie (*Weird Barbie*) djelomično inspirirana Hitchcockovim filmom *Psycho* iz 1960 te već sada ikoničan izbor između popularne sandale *Birkenstock* i štikle parodija je na film *Matrix* (Benson, 2023). Čudna Barbie, odbačena od barbie svijeta te drugačijeg izgleda na prvu izgleda kao antagonist, no zapravo zauzima majčinsku figuru u filmu. U svima poznatim bajkama poput Snjeguljice ili Pepeljuge žene koje odskaču od heteronormativnog izgleda predstavljaju zlikovce, vještice ili zle maćeha (Wellman, 2020). Obično nose tamnije boje poput crne i uvijek su starije životne dobi i iznimno lukave naravi. Mnogi ženski negativci imaju i devijantne rodne karakteristike, jer imaju muževne fizičke osobine (Wellman, 2020). Čudna Barbie u šarenim je bojama išarane face i kratke kose, starija je lutka s kojom su se djeca igrala, čime je sada odbačena. Pomaže Barbie da donese pravu odluku i kroz svoje iskustvo joj želi pokazati pravi put do spoznaje sebe. Barbie, kroz satirični obrat, ulazi u dublje sfere ljudskog iskustva, dotičući se tema kao što su smrtnost i tjeskoba. Transformacija u lik pun emocija i introspekcije događa se pod utjecajem lika Glorije - majke koja je vlastite snove i ambicije kroz godine zanemarila (Gerwig i Baumbach, 2023). Ovo je ne rijetko žensko iskustvo gdje žene često svoje ambicije zapostavljaju kako bi udovoljile obitelji, bile “dobre” majke za svoju djecu. Sasha, kćer Glorie imala je drugačije stavove. U sceni u kojoj Barbie posjećuje Sashu u školi, djevojčica izražava svoj bijes i frustraciju. Ona otvoreno kritizira Barbie, optužujući je da je unazadila feminizam i nametnula nerealne standarde ljepote ženama diljem svijeta. Također ističe da Barbie više nije omiljena igračka djevojčica, već je postala simbol suprotnog - pritiska i frustracija. Kroz ovu scenu, film istražuje kritike koje je kompanija Mattel dobivala još od prošlog stoljeća zbog izgleda lutke i njezinog utjecaja na društvo, čime se otvara diskusija o suštini postojanja Barbike i njezinom odrazu na dječju percepciju (Gerwig i Baumbach, 2023). Povratak Kena u Barbie

svijet, barbice poprimaju sekundarnu ulogu u društvu, kao i u stvarnom svijetu. Njihove titule, poput predsjednice zamijenjene su hostesiranjem ili služenjem Kenova. Barbie postaje bespomoćna i tužna, preplavljena ljudskim emocijama dok izražava osjećaj nezadovoljstva i gubitka svrhe (Gerwig i Baumbach, 2023). Izražava kako se ne osjeća lijepo i kako gubi smisao svog postojanja. Ova scena predstavlja još jedno često iskustvo koje žene proživljavaju, gdje bez obzira na njihova postignuća ili vanjski izgled, osjećaju nedostatak samopouzdanja i nezadovoljstvo sobom (Gerwig i Baumbach, 2023). Gloria reagira na ovo s monologom o ulozi žene i pritiscima s kojima se suočavaju u društvu. Ističe sve uloge i očekivanja koja se nameću ženama, što često rezultira osjećajem nepotpunosti ili nedostatka vrijednosti, čak i kada postižu uspjeh ili ispunjavaju društvene norme ljepote i ponašanja (Gerwig i Baumbach, 2023).

Uloga kena

Lik Kena je tvrtka Mattel prvi put predstavila 1961. godine, dvije godine nakon što su predstavili prvu Barbie lutku (Carlin, 2023). Moglo bi se reći da je „muška verzija“ Barbie lutke zbog svoje plave kose i „atletski“ građenog tijela. Barbie i Ken su kroz povijest najčešće predstavljeni kao par, odnosno da su u vezi. U Barbie filmu Grete Gerwig, međutim, stvari su nešto drugačije. Prije nego što je sami film izašao, dio promidžbenih reklama bio je i slogan „Ona je sve. On je samo Ken“, insinuirajući na to koja će biti njegova uloga u filmu. Na početku filma, kad se upoznajemo sa likovima u Barbielandu, osim Barbika prikazuju se i Kenovi, ali najviše se ističe onaj kojeg utjelovljuje Ryan Gosling. Rečenica „Barbie ima dobar dan svaki dan, ali Ken ima dobar dan samo ako ga Barbie pogleda.“, najbolje opisuje Kenov lik na početku filma (Gerwig i Baumbach, 2023). On se cijelo vrijeme trudi dobiti pažnju od Barbie, ali ona nije pretjerano zainteresirana. Kad u jednoj sceni želi posjetiti Barbie u njezinoj kući „zato što su cura i dečko“, ona ga odbija zato jer želi provesti večer sa svojim prijateljicama. U ovakvom odnosu vidimo očite razlike u dinamici na koju smo se inače navikli u pravom svijetu, što će Ken tek naučiti kako se film nastavlja. Dinamika *Barbielanda* i Kena u matrijarhalnom svijetu pokazuje nam kako Barbie može živjeti bez Kena. McRobbie, 2007 je važnost medijske reprezentacije ženstvenosti prikazala kroz časopis *Seventeen*. Početkom 1980ih godina, urednici su uklonili ljubavne priče iz časopisa, što je rezultiralo porastom čitanosti ali i samopouzdanja među djevojkama. Djevojke ne žele biti trenirane s visoka niti da ih zanimaju samo banalne ljubavne priče i opsjednutost s dečkima. Umjesto toga, časopis se bavio važnim problemima za tadašnju mladež odnosno djevojčice (McRobbie, 2007). *Seventeen* je sadržajno i dalje bio *beauty* časopis, no ovoga puta s naglaskom na pronalazak identiteta i postizanje uspjeha. Djevojka više ne posvećuje pažnju muškarcu, nego se posvećuje sebi, uz alate potrošačkog društva. U ljubavi, ako je nezadovoljna, ima mogućnost napustiti *svog* muškarca, i to je moguće opravdati (McRobbie, 2007). McRobbie prikazuje rekonstrukciju ženstvenosti i rodnih uloga što možemo sagledati kroz odnos Barbie i Kena.

Mojo Dojo Casa House- prikaz patrijarhalnog društva

Naime, kad se Barbie zaputi u „pravi svijet“ u potrazi za odgovorima na egzistencijalna pitanja koja je muče, Ken odluči poći s njom. U prvim trenucima kad stignu u pravi svijet, Barbie prokomentira kako je muškarci „čudno gledaju“, Ken isto primjećuje promjene u odnosu na Barbieland, međutim njemu se te razlike počinju sviđati (Gerwig i Baumbach, 2023). Dok Barbie nastavlja svoju misiju, Ken se zaputi sam istraživati novi svijet oko sebe. Promatrajući ga primjećuje odnose moći između muškaraca i žena i koliko se razlikuju od onoga što mu je do tad bilo poznato. Ken nauči pojam patrijarhata i razumijeva ga na način da samo zato što je muškarac, može dobiti apsolutno sve što poželi. Kenu se jako sviđa ta zamisao te odlučuje se vratiti u Barbieland i podučiti ostale Kenove o takvom pristupu (Gerwig i Baumbach, 2023). U povratku Ken osniva *Mojo Dojo Casa House* utočište za sve kenove koje je dijametralno suprotno od Barbie fantazije (Soriano, 2024). "Mojo Dojo Casa House" prikazuje dinamiku između patrijarhalne društvene strukture i kapitalizma, gdje kapitalizam ulaže u prividni izbor potrošača (Soriano, 2024). Otkrićem patrijarhata, Kenovi su stvorili novi odnos prema stvarima koristeći suvišne nazive. Barbie povezuje emocionalni aspekt "Mojo Dojo Casa Housea" s kapitalizmom, prikazan kroz izmišljeni "Ken" film (Soriano, 2024). Barbie pokazuje da patrijarhalne strukture stvaraju besmislena značenja. Prikaz Mattelovih zaposlenika sugerira da je ovaj patrijarhalni višak povezan s onim kapitalističkim (Soriano, 2024). Kad se i glavna junakinja Barbie konačno vrati u Barbieland, dočekuje je neugodno iznenađenje. Kenovi su sve promijenili, podredili Barbike sebi i ušli u njihove prostore zahtijevajući da su sad njihovi. Barbie je zgrožena i upita Kena zašto se sve promijenilo, na što joj on odgovara da su one predugo dominirale u Barbielandu te da će ona sad konačno moći osjetiti kako se on inače osjeća (Gerwig i Baumbach, 2023). Barbie i njene prijateljice, međutim, uskoro smisle plan kako vratiti sve na staro. Odlučuju napraviti Kenove ljubomornima, provodeći vrijeme s više njih odjednom, da bi se oni međusobno posvađali. U tome i uspijevaju, dovodeći do toga da Kenovi imaju veliki okršaj izvodeći pjesmu „I'm Just Ken“ („Ja sam samo Ken“) čiji tekst daje dimenziju ovom liku koji nismo do sada imali prilike vidjeti (Gerwig i Baumbach 2023). Govori o emocionalnoj strani Kenova i kako se oni osjećaju podcijenjeno i zanemareno. Barbie zatim vodi razgovor s Kenom validirajući njegove osjećaje i obeća mu da se stvari ne moraju vratiti na staro nego da mogu živjeti jednako, da niti Barbike, niti Kenovi, nemaju apsolutnu dominaciju nad svim. Kroz sve navedeno, vidimo složenost Kenovog lika (Gerwig i Baumbach, 2023). Kroz njega ispričana je priča o ozbiljnim problemima sa

kojima se naše društvo suočava. Prikazan je njegov pogled na svijet oko sebe, prije, tijekom i nakon „vladavine patrijarhata“. Lik za kojeg smo u početku mislili da je dovršen i da služi samo u svrhu komedije, je prikazao ne samo svoju emocionalnu stranu, nego i priču kako se jedino edukacijom mogu postići željeni rezultati. Patrijarhat ne samo da negativno utječe na žene, nego i na muškarce. Njegov lik bio je neophodan za poslati poruku koju je film htio prikazati.

Kritike

Na samom početku stvaranja koncepta filma, uloga Barbie nije bila namijenjena Margot Robbie, već je prvotno bila planirana za komičarku Amy Schumer. Schumer se tijekom svoje karijere suočavala s kritikama internet trolova koji su je nazivali "plus size", iako to nije bila istina. Njeni stand-up nastupi često su bili praćeni šalama na račun njenog izgleda, što je odražavalo izazove s kojima se suočavaju mnoge žene u toj industriji (La Porte i Cavusoglu, 2023). Schumer je na kraju odustala od projekta, a uloga Barbie dodijeljena je Margot Robbie. Robbie je često opisivana kao "prava verzija Barbike" kakvu poznajemo iz djetinjstva.

Ipak, dolazi do kontradikcije. Glavna uloga u filmu dodijeljena je glumici koja u svojoj stvarnosti ne odgovara stereotipnoj slici Barbie lutke. Kada Robbie u filmu izgovori rečenicu "ne osjećam se lijepo kao Barbie kad stupim u stvarni svijet" pomalo je i ironično. Kako povjerovati u ovu rečenicu, kada Barbie predstavlja Robbie koja je viđena kao "standard ljepote". Naratorica filma, Helen Mirren u jednoj sceni govori "bilješka filmskim producentima: Margot Robbie je kriva osoba da glumi Barbie ako je bit filma van stereotipne ljepote". Ovim riječima, pisci proširuju uobičajeno uski pojam ljepote, nadajući se da ćemo zanemariti ovaj manje idilični trenutak u priči. Poruka koja se krije iza toga je očita: ljepota je bitna (La Porte i Cavusoglu, 2023). Iako je Barbie postavljena kao glavni lik u filmu, često je prikazana kao alat kontrole kojim upravlja Ken ili kompanija Mattel, koja nastoji ostvariti profit putem nje. Ovaj prikaz sugerira da iako Barbie ima centralnu ulogu, njen karakter i radnje često su podložni vanjskoj kontroli i motivirani ekonomskim interesima (La Porte i Cavusoglu 2023). Još jedan ključni trenutak u filmu odnosi se na scenu u kojoj Barbie posjećuje Venice Beach. Ovdje se humorističnim tonom prikazuje često iskustvo žena - zviždanje i komentari stranaca na njen izgled. Ova scena ne samo da pokazuje kako Barbie doživljava objektifikaciju i seksualizaciju u javnom prostoru, već i kako se takvo ponašanje često normalizira ili minimizira u društvu.

Kritike postfeminizma

Nerijetko će se danas naći ljudi koji će reći da je feminizam u mainstream medijima i popularnoj kulturi nepotreban jer je postignuta jednakost između muškaraca i žena. Međutim, važno je istaknuti kako problemi vezani uz tu podjelu koje ističe postfeministička kritika još uvijek postoje (Carter i dr., 2014: 1). Iako je temeljna jednakost donekle postignuta u zapadnom svijetu, prikaz žena u tim medijima također je još uvijek problematičan kroz feminističku leću. Pretjerana seksualizacija ženskih tijela, štetni stereotipi na koji se žene prikazuju samo su neki od problema kojima se postfeministička kritika bavi u objašnjavanju ovih medija. Borba za zastupljenost različitih žena u popularnoj kulturi također je od velike važnosti. Interseksionalistički pristup koji je sve više prisutan u ovim analizama, objašnjava kako žene iz različitih društvenih skupina osjete različite oblike diskriminacije. To uključuje boju kože, etnicitet, klasu, seksualnu orijentaciju, dob, religijsku pripadnost i sl. Osvještavanjem činjenice da žene pripadnice ovih skupina se bore s dva ili više sistema opresije, nastoji se otvoriti mjesta za reprezentaciju njihovih priča kroz medije i popularnu kulturu.

Reprezentacija feminističkih ideja u filmovima i popularnoj kulturi se kroz posljednjih nekoliko godina bitno povećala. Od popularne kulture mogu se pronaći u oglašavanju preko novina i časopisa pa do televizije (Gallagher, 2014: 28) i filmova kojim ću se baviti u ovom radu. Osim prikaza femininosti za feministička istraživanja i analize važan je i prikaz maskuliniteta na specifičan način u popularnoj kulturi (Gallagher, 2014: 25) što je također važno u kontekstu ovog rada i samog filma Barbie. Djecu se od najranije dobi uči vrlo distinktivnoj podjeli između dva roda. Restriktivne ideologije kakav feminitet i maskulinitet trebaju biti prikazuju se u crtićima, videoigramama i sličnim sadržajima namijenjenima djeci. Dječaci i muškarci su u tim medijima predstavljeni kao samostalni, ratoborni, kompetitivni i često višeg socijalnog statusa. S druge strane, djevojčice i žene su pasivne, djetinjaste, brižne i često nižeg socijalnog status (Lemish, 2014: 179). Poznato je da dječji mozak vrlo lako upija razne pozitivno predstavljene informacije koje su mu predstavljene, pa nije iznenađujuće kad počinju prakticirati ove štetne stereotipe rano u djetinjstvu i odrastajući s njima, kasnije u odraslom životu.

U ovakvim sadržajima osobe muškog roda su najčešće „heroji“ priče koji se upuštaju u razne pustolovine i suočavaju s problemima koje uspješno rješavaju (Lemish, 2014: 180). Iz tog razloga je Barbie film bio od velike važnosti za djevojčice širom svijeta jer su (možda i po prvi put) imale priliku

vidjeti žensku heroinu oko koje se kompletno cijela radnja odvija i koja uz pomoć drugih pripadnica ženskog roda rješava probleme s kojima se suočava. Muškarci (Kenovi) ne da nisu heroji nego su glavni uzrok problema u filmu. U postfeminističkoj kritici na popularnu kulturu Barbie lutka je često na meti kritika kao teško fabricirane i nedostižne figure ženskog tijela (Lemish, 2014: 181). Film Barbie Grete Gerwig prepoznaje te kritike i iz tog razloga uvrštava u glumačku postavu žene različitih građa tijela.

Nominacije i nagrade

Prateći globalni fenomen filma *Barbie* u ljeto 2023., očekivalo se da će doživjeti veliki uspjeh na nadolazećoj sezoni nagrada. Film je između ostalog dobio Zlatni Globus za kinematografsko ili box office dostignuće, nagradu Američkog filmskog instituta za film godine, People's Choice nagradu za omiljeni film, humoristični film, glavnog glumca (Ryan Gosling) i filmski performans (America Ferrera). Međutim, svi su iščekivali objavljivanje nominacija za najprestižniju filmsku nagradu, Oscar. Dana 23. siječnja 2024., konačno su objavljene i popraćene brojnim kritikama. *Barbie* film je osvojio nominaciju za: najbolji film, najboljeg sporednog glumca (Ryan Gosling) najbolju sporednu glumicu (America Ferrera), najbolju originalnu pjesmu (*What Was I Made For?* i *I'm Just Ken*), najbolji adaptirani scenarij (Greta Gerwig, Noah Baumbach), najbolju scenografiju (Sarah Greenwood, Katie Spencer) i najbolji dizajn kostima (Jacqueline Durran) (Oscar, 2024). Većini je bilo neoprostivo da su u svojim kategorijama izostavljene glavna glumica, Margot Robbie i redateljica Greta Gerwig. Činjenica da je Ryan Gosling dobio nominaciju za ulogu Kena, dodatno je razljutila obožavatelje. Komentari na društvenim mrežama pitali su se je li stručni žiri koji je birao nominacije uopće shvatio poruku filma ili jesu li pak željeli samo potvrditi kako zaista živimo u patrijarhalnom društvu, upravo onakvom kakvog ga Ken svojim očima vidi (Bernstein, 2024). Dodjela nagrada održala se 10. ožujka 2024. godine u Los Angelesu.

Dodjeli su prisustvovali i Greta Gerwig i Margot Robbie, iako su mnogi predviđali da se možda iz određenog protesta neće pojaviti. *Barbie* film je osvojio samo jednu od osam nominacija tu večer. Oskara za najbolju originalnu pjesmu „*What Was I Made For?*“ dobili su Billie Eilish i FINNEAS, te su je uživo i izveli. Ryan Gosling je također izveo „*I'm Just Ken*“, koja je, ironično, doživjela veći komercijalni uspjeh od „*What Was I Made For?*“ (Oscar, 2024). Rezultat sezone nagrada samo nam je prikazao koliko je važno davati prostora pričama kao što su *Barbie* i ženskim redateljicama. Unatoč tomu, što se nije proslavio u smislu priznanja te vrste, film je postigao izuzetan globalni uspjeh, te ono najvažnije, potaknuo je razgovore o važnim temama.

Nominacije i nagrade za film iako su šokirale obožavatelje i širu javnost, pokazale su postfeminističku kritiku na djelu. Iako je ravnopravnost spolova na zapadu donekle postignuta, žene i dalje nisu shvaćane ozbiljno u domenama gdje dominiraju muškarci, poput filmske industrije. Na dodjelama Zlatnog Globusa i Oscara mogli smo vidjeti da je u prvom planu bio Ryan Gosling,

odnosno Ken (Ulaby, 2024), dok je Margot Robbie (Barbie) bila predmet nekusnih šala poznatog komičara Jo Koya na dodjeli Zlatnog Globusa.

Zaključak

Barbie redateljice Grete Gerwig svjetskom slavom postigao je više nego što smo mogli zamisliti. Kroz važnost reprezentacije vidjeli smo kako rodne uloge imaju utjecaj na društvo u kojem živimo. Barbie kakvu poznajemo dekonstruirana je i pridobila je ljudske osobine; preplavljena osjećajima s kojima se suočava žena u 21. stoljeću. Kroz film su utkane i feminističke poruke, iako suptilne izazvale su burne reakcije među gledateljima. Time se još jednom pokazalo da društvo nije spremno za ono što jedna žena ima za reći. Reprezentacija nam je pokazala da ideološki pravci ne pripadaju određenoj klasi, već se svi poistovjećujemo s onime što nas reprezentira. U ovom slučaju to su izazovi, emocije, ali i ljepote ženstvenosti i u kakvom patrijarhalnom društvu živimo. Film nije osvojio prestižne nagrade, niti je bio nominiran za najcjeljenijeg Oscara. Pjesma I'm just Ken bila je omiljena među gledateljima i bila je nominirana za Oscara. Dok je Gosling dobivao samo pohvale za svoj rad, Margot Robbie i Greta Gerwig nisu bile niti nominirane. Mislim da je ovo veliki pokazatelj da ovaj film iako je doprinio mnogo za mlade, žene i feminističku poruku, neki su i dalje neupućeni u problem kojeg ni ne žele prepoznati.

Literatura

Benson, Paula (2023) Barbie film references side by side. *Film and furniture*. Pristupljeno: 10.4.2024. <https://filmandfurniture.com/2023/08/barbie-film-references-side-by-side/>

Bernstein, Joseph (2024) For 'Barbie' Fans Online, a Bitterly Ironic Oscar Snub. *The New York Times* Pristupljeno: 20.5.2024. <https://www.nytimes.com/2024/01/23/style/barbie-oscar-nominations-reactions.html>

Budidarma Diana, Sumarsono Irwan, Abida, Fithriyah Inda Nur & Moybeka, Adolfina M.S (2023) Gender Representation in Classic Fairy Tales: A Comparative Study of Snow White and the Seven Dwarfs, Cinderella and Beauty and the Beast. *World Journal of English Language* 13 (6)

Carlin, Shannon (2023) The History Behind Barbies Ken. *Time* Pristupljeno 15.4.2024. <https://time.com/6296386/barbie-ken-history/>

Carter, Cynthia i dr. (2014) *Introduction. Re-imagining mediaand gender*. U: Carter, Cynthia i dr. (ur) *The RoutledgeCoppanion to Media and Gender* (str. 1-19). New York: Routledge.

Cynthia i dr. (ur) *The RoutledgeCoppanion to Media and Gender* (str. 23-30). New York: Routledge.

Gallagher, Margaret (2014) *Media and the representation of gender*. U: Carter,

Gerwig, Greta i Baumbach, Noah (2023) *Barbie*. Warner Bros

Hall, Stuart (1997) *Representation: Cultural representation and signifying practices*. Sage

Joon, Neeru i Hooda, Meenakashi (2022) INCLUSIVITY IN SOCIAL MEDIA ADVERTISING: WAY AHEAD FOR BRANDS. *ShodhKosh Journal of Visual and Performing Arts* 3 (2) 355-361.

Kosanović, Silvana (2008) Suvremene muško-ženske konstrukcije u američkim televizijskim serijama *Seks i grad, Kućanice i Vatreni dečki*. *Medijska istraživanja* 14 (2), 87-102.

La Porte, Amy i Cavusoglu Lena (2023) Faux Femininims in Capitalistic Fever Dream: A Review of Greta Gerwig's *Barbie* (2023). *Markets, Globalisation and Development Review* 8 (2)

Lemish, Dafna (2014). *Boys are...girls are... How children's media and merchandizing construct gender*. U: Carter, Cynthia i dr. (ur) *The Routledge Companion to Media and Gender* (str. 179-189). New York: Routledge.

Mabborang, Nicole i Goh, Scarlett (2023) Underrepresentation in the media: Princesses and Dolls *The Emerald*

McRobbie, Angela (2004) Post-feminism and popular culture. *Feminist Media Studies* 4(3): 255-264.

McRobbie, Angela (2007) Shut up and dance: Youth culture and changing modes of femininity. *Cultural Studies*, 7(3): 406–426.

Pena, Jennifer L. (2024) Perceptions of Barbie in popular culture. *In medias res a media commons project*

Soriano, Michael (2024) Mojo Dojo Casa House and Masculinity in the Popular Imagination. *In medias res a media commons project* Pristupljeno: 15.4.2024. <https://mediacommons.org/imr/content/mojo-dojo-casa-house-and-masculinity-popular-imagination>

The Academy Awards (Oscars) <https://www.oscars.org/oscars/ceremonies/2024> Pristupljeno 15.4.2024.

Ulaby, Neda (2024) „Barbie“ recieves 8 Oscar nominations, but was that Kenough. *NPR* <https://www.npr.org/2024/01/24/1226565927/barbie-oscar-snob-gerwig-robbie-gosling> Pristupljeno 1.7.2024.

Wellman, Natalie S. (2020) Disney's Portrayal of Women: An Analysis of Female Villains and Princesses. *Concordia Journal of Communication Research* 7 (4)