

Magdalena Trysińska

Uniwersytet Warszawski

m.trysinska@uw.edu.pl

ORCID: 0000-0001-5245-2867

JAK MÓWIĄ BARBIE I KEN? ANALIZA WYPOWIEDZI FILMOWYCH POSTACI (W POLSKIEJ WERSJI JĘZYKOWEJ)

Film – mimo że niewątpliwie należy do szeroko pojętych mediów – w lingwistycznych badaniach nad językiem tychże właściwie jest pomijany. Językoznawcy koncentrują się bowiem na języku funkcjonującym w prasie, radiu, telewizji, a także w internecie. Tymczasem, jak pisze Bogusław Skowronek: „Film to jeden z najbardziej skutecznych sposobów mediacji między indywidualnym człowiekiem a tradycją lingwistyczno-kulturową, w której on tkwi. Poza tym praktycznie każdy aspekt i wariant języka – etniczny, stylistyczny, funkcjonalny, środowiskowy, historyczny, pragmatyczny – można dziś znaleźć w filmach” (Skowronek 2020: 10–11).

Brak perspektywy językowej w badaniach nad filmem znajduje swoje odbicie także w badaniach nad dyskursem medialnym. Mimo iż pojęcie dyskursu medialnego na przestrzeni lat ewoluowało i lingwiści jako kryterium różnicowania dyskursów medialnych przyjęli kryterium zewnątrzjęzykowe, czyli techniczne, uwzględniające rodzaj transmisji danych, to ograniczyli się do wydzielenia dyskursów: prasowego, radiowego, telewizyjnego i internetowego. Nie uwzględnili przy tym filmowego. Zanim jednak zaczęto mówić o językowych dyskursach medialnych, w literaturze przedmiotu funkcjonowało pojęcie językowych odmian medialnych. Odmiany te warunkowane były „kryteriami przynależnymi do komunikacji językowej i pozajęzykowej, występowaniem wzorców tekstowych charakterystycznych dla danej odmiany, kryteriami funkcji tekstu i wypowiedzi, typów sytuacji i interakcji, gatunków i ich odmian” (Żydek-Bednarczuk 2004: 99). Na potrzebę wyróżnienia filmowej odmiany medialnej zwrócił uwagę B. Skowronek (2013: 191–204). Medialny dyskurs filmowy pojawił się wśród innych dyskursów medialnych także za sprawą B. Skowronka, który powołał do życia na gruncie polskim mediolingwistykę jako subdyscyplinę badawczą. Zaproponował również mediolingwistyczną perspektywę badania języka w filmie (Skowronek 2020).

Analiza filmu stanowi domenę filmoznawców. Jest to poniekąd stwierdzenie oczywiste. Stąd, kiedy mowa o języku filmu, zwraca się uwagę na filmowe środki wyrazu¹, do których nie zalicza się języka werbalnego. Jeśli się pojawia, to jest on podporządkowany całej ścieżce dźwiękowej (Aumont, Marie 2013: 287–291). Jednocześnie trzeba zauważyć, że filmoznawcze narzędzia badawcze nie zawsze pozwalają uchwycić wszystkie istotne aspekty analizowanego materiału, zwłaszcza że na całość dzieła składają się liczne subkody, które w izolacji pozostają niekompletne. Też o niekompletności każdego z subkodów tworzących tekst filmowy – w tym subkodu werbalnego – postawił Marek Hendrykowski, który jako pierwszy zwrócił uwagę na rolę słowa w filmie (Hendrykowski 1982: 84–88). Zauważył potrzebę „głębokiej integracji elementów werbalnych z resztą składników przekazu kinematograficznego” (Hendrykowski 1982: 157). Jednocześnie podkreślił, że: „Słowa nie tworzą samodzielnego znaczeniowo porządku wypowiedzi filmowej, ale nie bywa w niej również samodzielny ani porządek ikoniczny, ani muzyczny, ani akustyczny czy którykolwiek z dających się wyodrębnić pojedynczych subkodów. Wewnętrzna jedność audiowizualnej struktury widowiska filmowego oznacza w istocie pełną integrację i funkcjonalne podporządkowanie wszystkich subkodów znakowych danej całości komunikacyjnej” (Hendrykowski 1982: 88).

Przedmiotem rozważań podjętych w niniejszym opracowaniu jest język filmowych postaci – Barbie i Kena – w filmie *Barbie* w reżyserii Greta Gerwig (scenariusz: Greta Gerwig, Noah Baumbach). Jest to amerykańsko-brytyjska produkcja opowiadająca o beztróskim życiu zabawek firmy Mattel w bajkowym Barbielandzie. Premiera filmu w USA odbyła się 9 lipca 2023 roku, w Polsce zaś niecałe dwa tygodnie później – 21 lipca tego samego roku. W główne role wcielili się Margot Robbie (jako tytułowa Barbie) i Ryan Gosling (jako Ken). Film powstał w wytwórni Warner Bros Picture (która zajęła się też dystrybucją) przy współudziale Heyday Films i Mattel Films. W polskiej wersji językowej, dubbingowanej, w roli Barbie słyszymy Paulinę Gałązkę, w roli Kena – Marcina Czarnika. Autorem polskiego dubbingu jest Jakub Kowalczyk.

Analizie poddaję polską wersję językową (dubbing) ścieżki dźwiękowej. Interesuje mnie bowiem wersja filmu stworzona na potrzeby polskiego widza, który nie musi porównywać jej z wersją oryginalną (por. Skowronek 2023: 30). Dubbing ma tę przewagę nad innymi wersjami tłumaczeń (lektor, napisy), że oryginalna ścieżka dźwiękowa zupełnie znika ze świadomości odbiorcy. Dzięki temu interpretacja filmu odbywa się bez zakłóceń w języku natywnym odbiorcy. Jest to ważne w kontekście tworzenia językowych obrazów świata, których istotnym składnikiem są stereotypy.

¹ J. Aumont i M. Marie podkreślają, że analizę filmu należy postrzegać jako zastosowanie, rozwinięcie czy zaadaptowanie różnych teorii i dyscyplin. Jednocześnie zwracają głównie uwagę na narzędzia wypracowane przez literaturoznawstwo. Analiza dialogów filmowych jest tu podporządkowana analizie ścieżki dźwiękowej (Aumont, Marie 2013: 287–291).

Stereotyp to dla mnie pojęcie kluczowe. Film, który poddaję oglądowi, odwołuje się bowiem do stereotypu lalek Barbie i Kena.

Lalka Barbie funkcjonuje w kulturze od roku 1959, natomiast Ken od roku 1961. Barbie szybko stała się najpopularniejszą lalką na świecie. Mimo że jest zabawką, służy nie tylko do zabawy. „Gdyby tak było – pisze Stanisław Taboń – nie spotykałoby się miłośnicy tej zabawki, nie byłoby drukowane czasopismo „Barbie Bazar”, które liczy sobie około 20 tys. prenumeratorów” (Taboń 2005: 25–26). Gdyby tak było – należy dodać – świat nie oszalałby na punkcie filmu *Barbie*². Niewątpliwie lalka Barbie jest częścią kultury masowej. Nie bez przesady można powiedzieć, że stała się jej ikoną (Rogers 2003). Obok Barbie pojawia się Ken – jej chłopak. Odgrywa zdecydowanie mniejszą rolę w całym uniwersum stworzonym przez firmę Mattel, choć także jest rozpoznawalny dla miłośniczek i miłośników Barbie.

Standardowo lalki Barbie i Ken nie są obdarzone głosem, toteż ich stereotyp budowany jest na podstawie wyglądu oraz tworzonych na ich temat i z ich udziałem opowieści. Należy bowiem podkreślić, że Barbie ma swoją rodzinną historię i żyje w rozbudowanej rzeczywistości³. Dopełnieniem historii stały się filmy animowane, w których Barbie wciela się w różne postaci⁴.

Niewątpliwie ważnym wydarzeniem filmowym było pojawienie się filmu *Barbie* w reż. Greta Gerwiga. Produkcja wywołała skrajne reakcje – od zachwytu po miążdzącą krytykę. W zasadzie nie ma w tym nic dziwnego – *Barbie*, jak każdy tekst kultury, może się podobać lub nie. Bardziej interesujący jest jednak odbiór filmu i jego interpretacja, która – mimo nieskomplikowanej fabuły – okazała się wielowymiarowa. O tym, jak film jest postrzegany, można było przeczytać zarówno na forach internetowych, jak i w tekstach publicystycznych oraz w tekstach naukowych.

Krytycy, publicyści oraz badacze mediów i kultury zwracali uwagę na różne elementy dzieła filmowego, choć najczęściej odnoszono się do jego społecznego oddźwięku. Pisano m.in. o krytyce kapitalistycznego świata (Staniszewska 2023), o roli

² Film *Barbie* stał się hitem kinowym i najbardziej dochodowym filmem wytwórni Warner Bros Picture. To największy debiut w historii filmu wyreżyserowanego przez kobietę. W weekend otwarcia film zarobił łącznie 155 milionów dolarów w ponad 4200 lokalizacjach w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie. W Polsce to druga najchętniej oglądana premiera po okresie pandemii (lepszy wynik miał tylko film *Avatar. Istota wody*). Za: <https://www.wirtualnemedia.pl/artukul/film-barbie-opinie-gdzie-ogladac-rekord-otwarcia-w-polskich-kinach> (dostęp: 4.07.2024).

³ „W latach sześćdziesiątych podjęto wiele kluczowych decyzji, które doprowadziły do sukcesu Barbie. [...] Do Barbie dołączyła cała grupa znajomych: najpierw jej chłopak Ken, a następnie przyjaciółka Midge i przyjaciel Kena, Allan. Potem powiększyła się rodzina samej Barbie: najpierw pojawiła się młodsza siostra, Skipper, a potem jej rodzeństwo, czyli para bliźniaków, Tutti i Todd. Francie, kuzynka Barbie, została wprowadzona na rynek jako dorosła lalka o szczuplejszej, mniej krągłej figurze” (Gerber 2023: 143).

⁴ Tu mowa o produkcjach będących ekranizacjami słynnych baśni i bajek (np. *Barbie i 12 tańczących księżniczek* z 2006 r.), nowoczesnymi wersjami klasycznych baletów (np. *Barbie z Jeziora łabędziego* z 2003 r.), także o musicalach czy filmach przygodowych.

ruchu feministycznego (Esa, Yuliana 2024; Gibson, Bridges, Wulff 2023) i toksycznej męskości (Wicaksono, Nur 2023) oraz stereotypach płciowych (Syafruddin, Febiola, Febriani 2024).

Jednym z elementów tworzących stereotyp postaci jest język jej wypowiedzi (idiolekt). Wszyscy widzą, jak Barbie i Ken wyglądają, jakimi przedmiotami się otaczają, z kim się przyjaźnią. Wizerunek został bowiem doskonale utrwalony w kulturze, nie tylko amerykańskiej. Poddany analizie film dostarczył kolejnego elementu – wypowiedzi dopełniających wizerunek postaci nie tylko filmowych, lecz także będących ikonami kultury. Na potrzeby analizy zajęłam się w związku z tym warstwą dialogową filmu, czyli językiem mówionym bohaterów umiejscowionych w świecie przedstawionym konkretnego dzieła. Jak pisze B. Skowronek:

Rola warstwy werbalnej w narracji oraz jej znaczenie w budowaniu diegezy danego filmu jest zasadnicza. Dialogi postaci mają priorytet wobec innych rodzajów dźwięku, stanowią główny „nośnik fabularności”. Używana mowa umiejscawia bohaterów danego dzieła nie tylko w przebiegu akcji, ale przede wszystkim w dającej się zlokalizować środowiskowej i kulturowej rzeczywistości, z narodową na czele. Język postaci jest jednym z najważniejszych aspektów realistycznego prowadzenia narracji (zgodnie z daną konwencją gatunkową) oraz budowania wiarygodności świata przedstawionego. Równocześnie indywidualizuje i charakteryzuje bohaterów (Skowronek 2020: 49).

B. Skowronek słusznie zwraca uwagę na konwencję gatunkową oraz kulturową rzeczywistość, w której osadzone jest dzieło. Analizowany film *Barbie* jest komedią rozgrywającą się w dwóch światach – nierealistycznym Barbielandzie oraz realistycznym Los Angeles. Przynależność gatunkowa każe zachować dystans do opowiadanej historii, naprowadza widza na odbiór z przymrużeniem oka. Kulturowa rzeczywistość zaś – na wskroś amerykańska – otwiera określone drogi interpretacyjne. Istotnym czynnikiem jest także rola firmy Mattel, która stworzyła tytułową lalkę i której – co oczywiste – głównym celem jest zwiększenie jej sprzedaży. Jednocześnie należy pamiętać o perspektywie odbiorczej – to samo dzieło może zyskiwać zupełnie inne sensy w zależności od doświadczeń kulturowych widzów. Stąd tak różne opinie na temat samego filmu oraz różne odczytania – od feministycznego manifestu, przez satyrę na amerykański konsumpcjonizm i kryzys męskości po nachalną reklamę produktu popkultury. Jakkolwiek byśmy nie interpretowali tego filmu, w jego centrum pozostają Barbie i Ken ze swoimi stereotypowymi cechami wyglądu, wzbogaconymi teraz o cechy języka.

Jaki zatem jest stereotypowy sposób mówienia i komunikowania się Barbie i Kena? Aby odpowiedzieć na to pytanie, należy najpierw zastanowić się, czy postaci filmu Greta Gerwig tworzą swój osobniczy styl mówienia, czy może stylizują język na postaci wyobrażonych Barbie i Kena.

Warto w związku z tym zacząć od zdefiniowania podstawowych pojęć, które pomogą w ukierunkowaniu analizy zabiegów językowo-stylistycznych charaktery-

zujących postaci. Pierwszym z nich jest *idiolekt*, czyli osobniczy lub indywidualny język postaci. Jednak – jak pisze Małgorzata Miławska-Ratajczak – „Idiolekt każdej filmowej postaci stanowi [...] całość domniemaną (gdyż jedynie zasugerowaną przez twórców); jest zasobem kompetencji językowych jednostki tylko na poziomie diegezy, widz jednak może go poddać – zwykle i tak fragmentarycznej – rekonstrukcji i interpretacji na podstawie słyszanych wypowiedzi” (Miławska-Ratajczak 2018: 39). W wypadku filmowych Barbie i Kena należy się ponadto zastanowić, czy jest to język jednostkowych postaci, czy może język postaci zachowujących się jak stereotypowa Barbie i stereotypowy Ken. W związku z tym warto też przyjrzeć się wypowiedziom wszystkich Barbie i wszystkich Kenów zamieszkujących Barbieland i rozpatrywać te wypowiedzi w kategoriach biolektu – wariantu języka uzależnionego od takich czynników jak płeć czy wiek. Czynnikiem tych nie można jednak oddzielić od czynników natury psychicznej i społecznej, związanych m.in. ze statusem społecznym i obyczajowym kobiet i mężczyzn (por. Wilkoń 2000: 101). Przyjmując taką perspektywę, styl konwersacyjny Barbie i Kena można uznać za charakterystyczny dla szerszej grupy: wiekowej, płciowej i społecznej. Jest to o tyle zasadne, że wszystkie postaci budujące uniwersum świata Barbie nie różnią się pod względem wieku i statusu – w Barbielandzie wszystkie Barbie są sobie równe i wszyscy Kenowie są sobie równi.

Wreszcie należy się zastanowić, czy w wypadku analizowanego filmu mamy do czynienia ze stylizacją. Według Aleksandra Wilkonja „Stylizacja językowa odnosi się do jakiejś istniejącej poza tekstem rzeczywistości językowej. Może tę rzeczywistość naśladować, podrabiać, parodiować, słowem, jest wyraźnie ukierunkowanym zabiegiem stylistyczno-językowym, który służy mimetycznej ewokacji „cudzego”, „obcego” stylu czy języka” (Wilkoń 1984: 13). Celem stylizacji jest nadanie wypowiedzi określonej formy właściwej mowie określonego środowiska według jakiegoś wzorca, a także nadawanie określonego zabarwienia. Stylizacja jest zamierzona, w tym wypadku przez autorów filmowych dialogów oraz dubbingu (skoro mowa o polskiej wersji językowej).

W wypadku analizowanego filmu sytuacja jest nieco paradoksalna. Miławska-Ratajczak podkreśla, że: „Udany dialog filmowy zasadza się na tym, co stwarza wrażenie wiarygodności i autentyczności. W nieporadnie stylizowanej płaszczyźnie językowej widz szybko potrafi wychwycić fałszywe nuty, czyli wypowiedzi sztuczne i dalekie od kształtu rozmów znanych mu z codzienności [...]” (Miławska-Ratajczak 2018: 45). W Barbielandzie tymczasem właśnie owa sztuczność jest istotna. Świat Barbie wykreowany przez firmę Mattel jest nierealny, plastikowy, a zatem skrajnie sztuczny. Takie same są żyjące w nim lalki, toteż język, który jest składnikiem ich codziennych rozmów, także jest nienaturalny. Trudno w związku z tym mówić w tym wypadku o prostym naśladowaniu cudzego stylu. Można jednak w filmowych dialogach dopatrywać się parodii stylów konwersacyjnych określonej grupy kobiet i określonej grupy mężczyzn.

Przyjrzyjmy się zatem cechom wypowiedzi stereotypowej Barbie i stereotypowego Kena, będących jednocześnie przedstawicielami swoich grup – wszystkich Barbie i wszystkich Kenów.

1. JAK MÓWI STEREOTYPOWA BARBIE?

W postaci Barbie skupiają się zarówno cechy stereotypowo przypisywane kobietom, jak i cechy pozwalające na przełamanie tego stereotypu.

Z badań przeprowadzonych przez Sandrę Lipitz Bem (za: Musielak-Dobrowolska 2017: 80) wynika, że kobietom stereotypowo przypisywane są takie cechy jak: wrażliwość, troskliwość, łagodność, kokieteryjność, delikatność, naiwność oraz zdolność do poświęceń. Jednocześnie badacze zwracają uwagę, że we współczesnym świecie obok kobiecości pojmowanej w sposób tradycyjny (stereotypowy) funkcjonuje model kobiecości nowoczesnej, zawierającej cechy typowo męskie, jak: ambicja, pewność siebie, agresja (por. Musielak-Dobrowolska 2017: 89).

W Barbielandzie wszystkie Barbie kreowane są na silne, pewne siebie kobiety. Mają bowiem ucieleśniać marzenia dziewczynek i kobiet żyjących w prawdziwym świecie o byciu niezależnymi, a przede wszystkim – niezależnionymi od mężczyzn.

Barbie⁵: I kobiety zajmują najważniejsze stanowiska, kontrolują finanse. To, co w waszym świecie robią mężczyźni, u nas robią kobiety.

Barbie, objaśniając Sashy i jej mamie⁶, jak funkcjonuje Barbieland, nie tylko podkreśla różnicę między światem realnym a wymyślonym przez firmę Mattel, lecz także mówi o kontrolowaniu finansów. Mogła przecież zwrócić uwagę na inne sektory państwowej działalności. Finanse jednak kojarzą się szczególnie mocno z pozycją mężczyzn. W większości kultur pieniądze – zarabianie, inwestowanie itd. – to obszar ich działalności. Są one wszak symbolem władzy.

W wyidealizowanym Barbielandzie niepodzielnie rządzą kobiety. W ich wypowiedziach ujawniają się siła i niezależność, a przede wszystkim pewność siebie (a może brak krytycyzmu). Barbie bowiem we wszystkim, co robią, są najlepsze:

⁵ Barbie nie mają imion. Niektóre z nich pełnią określone funkcje, które pozwalają wyodrębnić je spośród innych (np. Barbie Prezydentka) lub mają jakieś cechy (Barbie na wózku inwalidzkim). Dla zarysowania całościowego obrazu Barbie jako ikony kultury wszystkie należy uznać za kolejne wersje klasycznej Barbie (stworzonej przez Ruth Handle). Podobnie rzecz się ma z Kenami. Dla jasności wywodu głównych postaci Barbie i Kena nie będę opatrywała żadnymi przydawkami. W przypadku pozostałych postaci tam, gdzie nie można wskazać konkretnej cechy, będę posługiwała się określeniami *Inna Barbie / Inny Ken*.

⁶ Sasha i jej mama trafiają do Barbielandu, aby pomóc Barbie odzyskać równowagę psychiczną, a potem pokonać Kenów.

Barbie Prezydentka: Moje drogie, popatrzcie sobie w oczy i sypnijcie komplementy. Docerńcie piękno. Reporterko, pytaj, o co chcesz.

Barbie Reporterka: Jak ty to robisz, że nie masz wad?

Barbie Prezydentka: Bez komentarza [śmiech]. **Nie no, serio, nie skomentuję. Jak was nie kochać?**

Inna Barbie: A pokojową Nagrodę Nobla otrzymuje... Barbie!

Inna Barbie: **Pracuję za dwie. Tak że należała się.**

Inna Barbie: Literacką Nagrodę Nobla otrzymuje... Barbie! Jesteś głosem tego pokolenia.

Inna Barbie: **Tak, wiadomo.**

Inna Barbie: W naszej ocenie pieniąż to nie słowo. Zresztą korporacje nie mają prawa do wolności wypowiedzi. Toteż twierdzenie, że korzystają z przysługujących praw, to ewidentna próba przekształcenia demokracji w czystą plutokrację. Porusza mnie do żywego i mówię o tym na głos. Co więcej, **z dużą łatwością kierują się zarówno logiką, jak i emocjami w tym samym czasie. I nie ogranicza to moich możliwości. To je poszerza.**

Powyższa kompilacja wypowiedzi z czołówki filmu, pojawiających się w różnych kontekstach (konferencja prasowa w Białym – a w zasadzie w Różowym – Domu; rozdanie nagród; wystąpienie przed bliżej nieokreślonym gremium), oparta jest głównie na komplementowaniu poszczególnych Barbie przez inne Barbie. Należy bowiem zaznaczyć, że lalki nie rywalizują ze sobą – ich relacje oparte są na współdziałaniu⁷. Sukces jednej z nich jest sukcesem całej społeczności kobiet żyjących w Barbielandzie. Ponieważ wszystkie znają swoją wartość, nie udają skromności – przynajmniej otwarcie, że nie mają wad, że zasługują na nagrody (por. wyróżnione repliki). Uwagę zwraca ostatnia, nieco dłuższa wypowiedź, typowa w sytuacjach oficjalnych. Mamy tu fragment wystąpienia jednej z Barbie – tym razem reprezentującej kobiety *plus size* – w której uwagę zwraca patos. Wypowiedź jest naszpikowana słowami z wysokiego rejestru języka (*prawo do, wolność wypowiedzi, demokracja, plutokracja, przysługujące prawa* itd.), co prowadzi do pustosłowia. Jest to parodia stylu pseudonaukowego. Istotne jest zakończenie wywodu. Barbie mówi bowiem o tym, że logiczne myślenie nie ogranicza jej możliwości. W kontekście budowania obrazu Barbie, która ma zaszczepić w dziewczynkach wiarę w to, że mogą wszystko, trzy ostatnie zdania domykające wypowiedź są najważniejsze. Z jednej strony podtrzymują stereotyp emocjonalnej kobiety, z drugiej obalają stereotyp kobiety niezdolnej do logicznego myślenia. Ponadto zwracają uwagę na umiejętność łączenia tych dwóch cech w tym samym czasie, choć są to cechy wzajemnie się wykluczające (myślenie empatyczne i logiczne nie mogą zachodzić w tym samym czasie, co wynika z budowy ludzkiego mózgu). W ten sposób otrzymujemy obraz kobiety, która swoimi możliwościami przewyższa męczyznę (ten – stereotypowo – kieruje się bo-

⁷ Jest to skądinąd cecha stereotypowo przypisywania kobiecie stylowi interakcji (por. Witosz 2004: 10).

wiem tylko logiką). Fraza *I nie ogranicza to moich możliwości. To je poszerza* jest jak slogan. Możemy nie zapamiętać całej wypowiedzi pulchnej Barbie, ale ostatnia fraza zapewne zostanie w pamięci, tym bardziej że ograniczanie możliwości kobiet w jakiegokolwiek sferze życia społecznego we współczesnym świecie jest co najmniej niepoprawne politycznie.

Styl konwersacyjny lalek Barbie cechuje się schematyzmem i pustostłowiem. Jest on silnie skorelowany z powielanym każdego dnia sposobem spędzania czasu.

Inna Barbie: Autentycznie odjechana impreza.

Barbie: Dzięki, piękna. Jej, wyszło serio perfekcyjnie.

Inna Barbie: Jest perfekcja w tej perfekcji.

Inna Barbie: A ty wyglądasz przepięknie, Barbie.

Barbie: Dzięki, Barbie. I czuję się jak piękność.

Inna Barbie: To tak jak ja.

Inna Barbie: Dziś jest najlepszy dzień *ever*.

Inna Barbie: Rany! To jest najlepsze *ever*. I do tego jak wczorajszy. Jutrzejszy też będzie.

Inna Barbie: I pojutrze, i w środę, i we wszystkie dni do końca świata.

Przytoczona wymiana zdań między uczestniczkami domówki u Barbie doskonale oddaje styl bycia plastikowych młodych kobiet. Są wiecznie szczęśliwe, zadowolone z życia, jakie wiodą (bo innego nie znają). Toczą pustą rozmowę o niczym. Jej głównym składnikiem są przesadzone pozytywne oceny zarówno samych siebie, jak i życia w Barbielandzie. Po raz kolejny zwraca tu uwagę brak rywalizacji – każda z Barbie czuje się piękna i nie odczuwa potrzeby konkurowania z innymi Barbie. Wypowiedzi te jednocześnie są przerysowane, co obrazuje zwłaszcza powtarzające się słowo *perfekcja* i derywaty od niego utworzone (*wszystko jest perfekcyjne; w perfekcji jest perfekcja*). Takie nagromadzenie silnie nacechowanych pozytywnych określeń sprawia, że tracą one moc oddziaływania i nie komunikują żadnych treści.

Stereotypowa Barbie ma niewiele do powiedzenia. Jest skupiona na wyglądzie i przyjemnościach płynących z posiadania niezliczonej liczby rzeczy.

Barbie: Nie jestem dociekliwą Barbie, jestem stereotypową Barbie, tą, która przychodzi do głowy, gdy ktoś mówi „pomyśl o Barbie”. Oto ja.

Główna bohaterka filmu wyraża takie właśnie przekonanie. Odgrywa przypisaną jej rolę głupiutkiej blondynki. Jednak gdyby przekonanie to zostało z nią na zawsze, Barbie stałaby się zaprzeczeniem kobiety „mogącej wszystko”. A przecież ma być wzorem dla dziewczynek i kobiet z realnego świata. W związku z tym chce zerwać ze swoim stereotypowym wizerunkiem pustej i głupiej lalki.

Barbie: Chciałabym być częścią grupy ludzi, którzy coś wnoszą. A nie czymś, co zrobili. Też chcę tworzyć dla innych, nie chcę być tylko ideałem. Mówię z sensem?

W powyższej wypowiedzi ujawnia się jednak coś więcej niż chęć zmiany swojego wizerunku. Wybrzmiewa tu także typowy dla kobiecego stylu mówienia brak wiary we własne możliwości. Barbie zastanawia się, czy jej deklaracja ma jakikolwiek sens. Nie uważa się bowiem za mądrą Barbie.

Barbie: [...] **Co by zrobiła mądra Barbie?** Czekaj, oczyszczę umysł. Zastanowię się. Kto się mną bawi?

Wypowiedzi Barbie – głównej bohaterki – pozostają w sprzeczności ze stylem konwersacyjnym całej społeczności Barbie. Ona ucieleśnia tę pierwszą, będącą stereotypem pustej lalki, Barbie. Dopiero kolejne modele, jak Barbie Prezydentka, Barbie Lekarka, Barbie Adwokatka itd. przełamują ten stereotyp – o czym Barbie informuje Sashę i jej koleżanki w realnym świecie:

Sasha: Jesteś prawdziwą Barbie? Tą profesjonalną dziunią?

Barbie: Nie. Barbie nie jest dziunią. Barbie jest lekarką, adwokatką i senatorką. No i laureatką wielu Nobli.

Koleżanka Sashy: Akurat. Nobla za coś dostałaś?

Barbie: **O nie, nie ja. Inna Barbie, wiesz?**

Wynika z tego, że film prezentuje stereotypową, klasyczną Barbie i jej późniejsze wcielenia przełamujące ten stereotyp. Dlatego też, przyglądając się stylowi konwersacyjnemu Barbie (w sensie ogólnym), dostrzegamy sprzeczność – z jednej strony zdecydowanie i niezachwianą wiarę w swoje możliwości, z drugiej – zagubienie i naiwność.

Stereotypowa Barbie jest naiwna, czyli posiada cechę przypisywaną kobietom. Jej naiwność przejawia się przede wszystkim w tym, że wierzy w swoją ogromną moc oddziaływania na kobiety w świecie realnym, o czym informuje dziewczynki z realnego świata:

Barbie: Spokojnie, cały świat mnie uwielbia i za osobowość, i za piękno. [...] Jestem wzorem, najukochańszą kobietą wszystkich dam. Barbie! [...] Nie chcecie mi czasem podziękować i przytulić mnie? Tę swoją zabawkę ukochaną?

Rozmowa z Sashą (Sasha nazywa Barbie faszystką) sprawia, że Barbie odkrywa prawdę o sobie, a jednocześnie nic nie rozumie, bo jest tylko naiwną blondynką z długimi nogami, żyjącą w wymyślonym świecie.

Barbie [płacze]: Że niby jestem faszystką? A co ja kontroluję? Koleje? Albo przepływy handlowe?

Wyznanie Barbie, oparte na hiperbolizacji, pełni oczywiście funkcję komiczną – przywołanie istotnych sektorów gospodarki państwa pokazuje, jak niewielki wpływ na świat rzeczywisty może mieć postać wykreowana przez firmę zabawkarską.

Barbie do momentu wyprawy do realnego świata wiodła monotonne, ale cudowne życie w Barbielandzie (co pokazałam powyżej). Istotnym aspektem tego życia były relacje z innymi Barbie, prezentujące typowy kobiecy styl bycia. Uwidacznia się on między innymi w rozmowach – zarówno tych o niczym (przywołane wcześniej), jak prawdziwie wspierających. Zdaniem socjologów kobiety w swoim gronie rozmawiają o swoich problemach – są skłonne do zwierzeń. Tworzą bowiem wspólnotę doświadczeń i jedność przekonań. Są bardziej empatyczne niż mężczyźni – potrafią współodczuwać, nawiązują emocjonalną więź (por. Witosz 2004: 13). Obrazuje to poniższa rozmowa:

Inna Barbie: Cześć, Barbie. Stało się coś?

Barbie: Tak jakby wywaliłam się. I mi wstyd strasznie.

Inna Barbie: Barbie nigdy nie jest wstyd.

Barbie: No wiem właśnie i tak trochę brakuje mi kontekstu, ale moje nogi, raczej pięty, one dotknęły ziemi! Dziewczyny, nie chodzę na palcach!

Inna Barbie: Nie panikuj, pokaż piętę. Platfus! [Barbie imitują wymioty, krzyczą]

Barbie: Wiem, że jestem stereotypową Barbie i z zasady nie wyciągam wniosków dotyczących przyczynowości licznie zachodzących wydarzeń, ale pewne sytuacje mogą być powiązane. Straszny kapeć w ustach, lodowata woda, spalony gofr, upadek z dachu.

Inna Barbie: Lalka, psujesz się!

Barbie: Co? Nie, to tylko... ja. A może?

Inna Barbie: Nigdy nie widziałam czegoś tak straszego. Kiedyś raz siano na głowie. Słonko, koniecznie jedź do tej dziwnej Barbie. Słyszałam, że Dziwna była najpiękniejszą Barbie w historii, ale ktoś ze świata ludzkie za ostro ją potraktował.

Dla kobiet ważna jest także dbałość o wygląd. Bożena Witosz, powołując się na licznych badaczy (w tym na I. Goffmana mówiącego o „osobistej fasadzie”), zwraca uwagę na rolę satysfakcji kobiet z pozytywnego wrażenia, jakie wywierają na innych (Witosz 2004: 14). W uniwersum stworzonym przez Mattel Barbie niewątpliwie czerpią przyjemność z nienagannego wyglądu (stąd depresja głównej bohaterki w wyniku niekorzystnych zmian w wyglądzie), o czym świadczą rozmowy lalek przywołane wcześniej. W filmie jednak mit nienagannego kobiecego wyglądu został obalony:

Mama Sashy: Okej, siadaj. Hej, co ci jest?

Barbie: [płacze] Nie jestem piękną kobietą.

Mama Sashy: Co? Jesteś przepiękna.

Barbie: Ale nie jak stereotypowa Barbie. Rozumiesz?

Mama Sashy: Przecież jesteś prześliczna

Barbie: Nie o to chodzi. Nie jestem tak mądra, żeby być ciekawa.

Mama Sashy: Jesteś bardzo mądra.

Barbie: Ale nie zoperuję mózgu, nie polecę samolotem. Ach. Nie jestem prezydentką. Nie wezmą mnie do Sądu Najwyższego. Zupełnie do niczego się nie nadaję.

Barbie, przeżywająca załamanie nerwowe, wydaje się rozdarta między dążeniem do stereotypowego wyglądu a chęcią wykazania się mądrością. Jako klasyczna Barbie nie osiągnęła nic poza byciem piękną. Nie była nigdy obsadzana w innych rolach, bo każda Barbie ma jedną, którą odgrywa. Aby coś zmienić w swoim życiu, Barbie rezygnuje z butów na wysokich obcasach (tu obcasy są wyznacznikiem kobiecości) i przenosi się do Los Angeles.

Taka opowieść mogłaby świadczyć o tym, że twórcy filmu wierzą w niezwykłą moc oddziaływania wytworów kultury konsumpcyjnej na życie realne. Film jednak jest komedią, toteż pragnienia o byciu kimś zostają okraszone ironicznymi komentarzami narratorki (głos z offu).

Narratorka: Tak, Barbie wyrzuciła świat do góry nogami. Po czym zrobiła to ponownie. Każda z tych kobiet to Barbie i Barbie to każda z tych kobiet. Może i zaczęła jako pani w kostiumie kąpielowym, ale szybko rozwinęła skrzydła. Dziś ma własną walutę, niejeden dom, niejedno auto i robi karierę. Bo Barbie może być, kim chce, kobiety mogą być, kim chcą. Podejście to zrozumiały też dzisiejsze dziewczynki żyjące w prawdziwym świecie. Wyrastają na silne kobiety, przed którymi każda dowolna kariera stoi otworem. Dzięki Barbie problem dyskryminacji i nierówności płci zniknął jak ręką odjął. **To znaczy, tak się wszystkim Barbie zdaje.** W końcu żyją w Barbielandzie. **Niech sobie noszą te różowe okulary.**

Ironia ujawniająca się w trzech ostatnich zdaniach tego dość długiego monologu jest znacząca. Ukierunkowuje odbiór wykreowanego w filmie świata kobiet – świata widzianego przez różowe okulary⁸, przez kobiety żyjące w błogiej nieświadomości tego, jak jest naprawdę.

W zakończeniu zaś słyszymy:

Narratorka: I tak Barbie zamieniła pastele i plastik Barbielandu na pastele i plastik Los Angeles.

W ten sposób ośmieszona została nie tylko Ameryka jako kraj, dewaluacji uległy też feminizujące działania Barbie.

⁸ W wersji oryginalnej: *Who am I to burst their bubble?*

W stylu konwersacyjnym Barbie uwagę zwraca sposób traktowania płci przeciwnej. Mimo że typową cechą przypisywaną kobietom jest empatia, to w tym wypadku jest ona odczuwana jedynie w stosunku do innych kobiet. Barbie nie interesują się Kenami. Są bowiem skupione na samych sobie i swoich kobiecych sprawach. Ujawnia się to w rozmowach Barbie z Sashą i jej mamą:

Mama Sashy: Nie wygadaj, ale nie miałam w kolekcji Kena.

Barbie pierwsza: **Tak naprawdę Ken jest w ogóle niepotrzebny.** [zatyka sobie usta z przerażeniem] To się wytnie.

Barbie: A tutaj domy wszystkich Barbie. W tej dzielnicy mieszkam.

Mama Sashy: Widać, jak kto ma w domu.

Sasha: I co? Każda Barbie ma tu swój własny dom? No super. A Keny? Oni też?

Barbie: **A tego nie wiem.**

W Barbielandzie tylko Barbie mają domy. Nikt nie wie, gdzie mieszkają Kenowie, i nikt się nad tym nie zastanawia. Dopiero pytanie Sashy skłoniło Barbie do zastanowienia (co widać po zdziwionej minie).

Barbie odznacza się zupełnym brakiem empatii w stosunku do Kena. Bez ogródek informuje go, że nie życzy sobie jego obecności. Taki styl komunikacji jest sprzeczny z ogólnie akceptowalnym społecznie zachowaniem kobiet. Według licznych badań przywoływanych m.in. przez Martę Dąbrowską typowe wypowiedzi kobiece „charakteryzują się m.in. dużym udziałem procentowym przeproszeń, podziękowań, życzeń, komplementów, a także większą skłonnością do wahania, mówienia „ogródkami”, ostrożności wypowiedzi, itp.” (Dąbrowska 2005: 146–147).

Barbie: Jedź już do domu.

Ken: Wiesz, może zostanę dziś na noc?

Barbie: Dlaczego?

Ken: Bo jestem twoim chłopakiem.

Barbie: I w nocy co?

Ken: Tak właściwie to nawet nie wiem.

Barbie: **Tylko że wcale cię tu nie chcę.**

Ken: Wolisz Kena?

Barbie: Nie, tylko się przyjaźnimy. **To mój, to mój domek. Wiesz, domek Barbie. Nie, że domek Kena. Racja?**

Ken: [sztuczny śmiech] Racja, przecież.

Barbie: Właśnie. Zresztą to babski wieczór.

Barbie podkreśla, że jej domek nie jest domkiem Kena. W ten sposób stworzone przez firmę Mattel uniwersum zostaje uprawomocnione – nazwy handlowe, takie

jak *Domek Barbie*, służą tworzeniu świata wyraźnie podzielonego na świat Barbie i istniejący w jego cieniu świat Kenów. Kenowie nie istnieją bez Barbie, ale Barbie mogą istnieć bez Kenów. Jest to sprzeczne z tradycyjnie przypisywaną kobiecie podzędną pozycją społeczną (por. Dąbrowska 2005: 146).

2. JAK MÓWI STEREOTYPOWY KEN?

Z badań przeprowadzonych przez Sandrę Lipitz Bem wynika, że mężczyznom stereotypowo przypisywane są takie cechy jak: niezależność, skłonność do dominacji i rywalizacji, nastawienie na sukces, pewność siebie, spryt i poczucie humoru oraz samowystarczalność (za: Musielak-Dobrowolska 2017: 80). Jest to tradycyjny wzorzec męskości. Obok występuje wzorzec mężczyzny partnera, który współdziała z kobietą. Musielak-Dobrowolska pisze, że „Te dwa wykluczające się wzajemnie sposoby pojmowania męskości powodują, że dzisiejsi chłopcy są zagubieni i nie wiedzą, co jest, a co nie jest akceptowalnym zachowaniem dla mężczyzn” (Musiela-Dobrowolska 2017: 91). Zwraca jednocześnie uwagę na trzeci wzorzec – tzw. *soft-man*, czyli mężczyznę opiekuńczego i troskliwego w stosunku do kobiet, a jednocześnie silnego psychicznie i skoncentrowanego na pracy zawodowej. Nowoczesny mężczyzna zwraca uwagę także na wygląd – zarówno w zakresie dbałości o własne ciało, jak i sposób ubierania się. Preferuje przy tym kulturę przyjemności i konsumpcyjny styl życia (por. Musielak-Dobrowolska 2017: 92).

Podobnie jak Barbie może być wzorem dla dziewczynek, tak Ken może być wzorem dla chłopców (por. Musielak-Dobrowolska 2017). W analizowanym filmie ideał Kena zostaje jednak poddany procesowi parodiowania, a to za sprawą wyolbrzymienia (przerysowania) przypisywanych mu cech.

W odróżnieniu od Barbie Kenowie reprezentują styl konwersacyjny oparty na rywalizacji, charakterystyczny dla męskich rozmów (por. Witosz 2004: 10). Nie komplementują się, a przechwalają, co umacnia stereotypowy męski styl interakcji.

Ken: Hej, Barbie.

Barbie: Hej, Ken.

Inny Ken: Co tam, surfer? Hej, Barbie, popatrz na to. [jeden z Kenów robi salto, a następnie zwraca się do Kena, chłopaka Barbie] Założę się, że ty tak nie potrafisz.

Kenowie przede wszystkim chcą zaimponować Barbie, ośmieszając innych Kenów i popisując się swoimi umiejętnościami. Reprezentują męską próżność (co Barbie sprytnie wykorzystują, kiedy chcą odzyskać Barbieland po przejściu go przez Kenów).

W rywalizacyjnych potyczkach słownych Kenów pojawiają się podteksty seksualne:

Inny Ken: [śmieje się z Kena] Wiesz co, skup się lepiej na **trzepaniu** ręczników, Ken.

Ken: Gdybym nie był ciężko ranny, **trzepałbym** tu ciebie, tak jak stoisz, Ken.

Ken: Dawaj, **trzeptionj** mnie, kiedy tylko chcesz.

Ken: [do Innego Kena trzymającego lodą] Weź, poliz za mnie. [do Innego Kena] Okej, Ken, no to dajesz. Czas na **trzepanko**.

Inny Ken: Sekunda. Chcesz **trzepać**, to chodź, najpierw **trzep** mnie.

Inny Ken: Luz, ja to mogę **trzepać** obu naraz, chłopczy.

Ken: Wiecznie tylko patrzysz, jak inni **trzepią**. Może się poryczysz?

Barbie: Dość, Keny. Nikt tu nie będzie przy nas **trzepał**. Jasne?!

W powyższej scenie dochodzi do konfrontacji Kena z innym mężczyzną mieszkającym w Barbielandzie (Innym Kenem o urodzie Azjaty). Obaj stylizują się na macho – chcą zamanifestować swoją siłę fizyczną przed lalkami Barbie. Inny Ken kpi z ranego Kena, który chciał się popisać przed Barbie i pokazać, jak surfuje w morzu. Należy w tym momencie zaznaczyć, że klasyczny Ken nie jest Kenem z deską surfinową, dlatego jego skok w plastikowe fale skończył się bolesnym upadkiem. Sytuacja ta sprowokowała Innego Kena, który przypomniał Kenowi, że jego rola ogranicza się do bycia ozdobą plaży, klasyczny Ken bowiem jedynie plażuje.

W przytoczonym dialogu zastosowano grę słowną opartą na wieloznaczności słowa *trzepać* (w polskiej wersji językowej⁹). Poza podstawowym znaczeniem: „uderzyć (uderzać) w coś, najczęściej trzepaczką, potrząsnąć (potrząsać) czymś w celu usunięcia kurzu, oczyszczenia z czegoś” oraz „zadać (zadawać) ciosy, razy; zbić (bić), uderzyć (uderzać)” (USJP) czasownik *trzepać* ma znaczenie wulgarne: „*fraz. pot. wulg.* trzeпаć, walić kapucyna, konia «o mężczyźnie: onanizować się» (USJP). Znaczenie to uaktywnia się też w deminutywnej formie *trzepanko* oraz w ostatniej replice Barbie „Nikt tu nie będzie przy nas trzeпаł”.

⁹ W angielskiej wersji językowej zastosowano podobną grę słowną, wykorzystującą podobieństwo brzmieniowe ze słowem *beach* ‘plaża, plażowy’; *beach off* ‘wyrzucić na brzeg’; *bitch someone off* ‘wkurzyć kogoś, zdenerwować kogoś’ oraz *beat off* ‘o mężczyźnie: onanizować się; wulg. walić konia’.

Ken: Looks like **this beach** was a little too much **beach** for you, Ken.

Ken: If I wasn't severely injured, I would **beach** you **off** right now, Ken.

Ken: I'll **beach off** with you any day, Ken.

Ken: [do Kena trzymającego lodą] **Hold my ice cream**, Ken. [do Kena] All right, Ken, you're on. Let's **beach off**.

Ken: Anyone who wanted **to beach** him **off** has to **beach** me **off** first.

Ken: I'll **beach** both of you **off** at the same time.

Ken: But you don't even know how to **beach** yourself **off**. How you gonna **beach** both of us **off**?

Barbie: Come on, Kens. Nobody's gonna **beach** anyone **off**.

Używanie słów odnoszących się do życia seksualnego, w dodatku słów z niższych rejestrów języka (obscenów) stereotypowo jest kojarzone z męskim stylem konwersacji¹⁰, któremu jednocześnie towarzyszy agresja słowna. Zachowanie językowe Kenów intencjonalnie nastawione jest na konflikt. Jest przy tym przejaskrawione, także na poziomie językowym. Nagromadzenie w krótkiej wymianie zdań jednego, ciągle powtarzającego się słowa ma wywołać efekt komiczny, a jednocześnie ośmieszyć męską rywalizację. W scenie tej śmieszny wydaje się zwłaszcza klasyczny Ken, który po zażegnaniu konfliktu przez Barbie opada w jej ramiona – jest wszak ciężko ranny po zderzeniu z falami. Z silnego macho przeistacza się w słabego mężczyznę potrzebującego kobiecej czułości. Jest tym samym zaprzeczeniem każdego z trzech stylów męskości wymienionych przez Musielak-Dobrowolską (2017), przywołanych na początku paragrafu.

Rywalizacyjny styl bycia Kenów posunięty jest do granic absurdu w sytuacji, w której Barbie wykorzystają ich męską próżność i doprowadziły do konfliktu, zgodnie z radami kobiet ze świata rzeczywistego. Mama Sashy, mówiąc: „Wykorzystajcie ich ego, małostkową zazdrość i nastawiajcie przeciwko sobie. A kiedy będą walczyć, odbierzemy im Barbieland”, zwraca uwagę na cechy przypisywane mężczyznom, zwłaszcza przez kobiety. Kenowie – nastawieni przeciwko sobie – skupiają się wyłącznie na udowadnianiu, kto jest lepszy:

Ken: Idziemy na wojnę.

Inny Ken: Na wojnę z Barbie?

Ken: Nie, z Kenami.

Inny Ken: Ale Keny to my.

Ken: Z tymi drugimi.

Inny Ken: Stary, nie byłoby prościej dać im ksywy, żeby się nie myliło.

Ken: Swój pozna swego.

Inny Ken: A jak na polu bitwy krzykniesz „Ken od czwartej idzie”, jak ocenisz, czy to nasz Ken, czy to ich Ken?

Ken: Nasi to są ci, którzy idą od dziesiątej, aby wykorzystać poranne fale.

Inny Ken: Grunt, że nie od świtu. Wiecie, sen to zdrowie, nie?

Inny Ken: Ale czym będziemy strzelali? Nie mamy rakiet.

Ken: Mamy tenisowe i dużo piłek.

Inny Ken: Ja strzelam z liścia.

Inny Ken: Ja z gumy od gaci.

¹⁰ Jest to cecha, która występuje w stylu konwersacyjnym mężczyzn w różnych kulturach (por. badania przywoływane przez M. Dąbrowską (2005) oraz przeprowadzone przez nią na grupie polskich kobiet i mężczyzn).

Powyższa wymiana zdań między trzema Kenami opiera się na absurdzie – jest pozbawiona sensu. Wynika z niej, że rozmówcy są w jakiejś sytuacji konfliktowej z innymi Kenami. Nie wiadomo jednak, kim są ci „drudzy”. Do konfliktu intencjonalnie doprowadziły Barbie, chcąc odwrócić uwagę Kenów od spraw państwowych Barbielandu. Kenowie mieli bowiem w planach zmianę konstytucji, co pozwoliłoby na zmianę nazwy państwa i przejęcie władzy przez Kenów. Barbie wykorzystały męską próżność i doprowadziły do rywalizacji o kobiety.

Absurd dialogu obnaża przede wszystkim niski poziom intelektualny Kenów, który jednocześnie jest zaprzeczeniem inteligencji, logicznego myślenia stereotypowo przypisywanych kategorii męskości (por. Florek 2008: 24). Jeden z Kenów informację o pozycji nacierających Kenów („idą od dziesiątej”) dekoduje jako informację na temat czasu rozpoczęcia „natarcia” i wygłasza nawet moralizatorską myśl o roli snu. Dalszy ciąg rozmowy jest jeszcze bardziej absurdalny, kiedy Kenowie wymieniają sposoby „walki” z wrogimi Kenami.

Stereotypowy Ken nie jest stworzony po to, by myśleć. Nie aspiruje bowiem do bycia wzorem mężczyzny podziwianego za intelekt. Otwarcie przyznaje, że myślenie go nudzi.

Barbie: [...] Co by zrobiła mądra Barbie? Czekaj, oczyszczę umysł. Zastanowię się. Kto się mną bawi?

Ken: **Nie znoszę, jak inni myślą. Nudzę się.**

Pewnie dlatego nie był w stanie zrozumieć, na czym polega patriarchy, podpatrzony w świecie realnym. Zdefiniował go na swój uproszczony sposób, oparłszy swoją wiedzę na kilku tytułach książek znalezionych w bibliotece:

Ken: Najpierw myślałem, że światem rządzą mężczyźni, a potem, ale tylko przez moment, krótką chwilę, że rządzą konie. I wtedy mnie olśniło, że konie są przedłużeniem męskości.

Film podtrzymuje tym samym przekonanie, że intelekt nie idzie w parze z urodą. Z tym że taki sąd stereotypowo odnosi się do kobiet. Ponieważ Barbieland jest dokładnym odwróceniem świata realnego, widz otrzymuje obraz mężczyzny, który stworzony jest wyłącznie po to, żeby ładnie wyglądać – chce być podziwiany.

Barbie: Dziwnie, no nie? Co oni się tak na mnie gapią?

Ken: **Nie wiem, ale patrzą też i na mnie.**

Barbie: Czuję się tak jakoś, no nieswojo, no. Nie wiem, jak to określić, ale jestem czegoś pewna. Tylko mam wrażenie, że nie siebie samej.

Ken: Nie, to ja tak nie mam. **Czuję tu coś, co można opisać tylko jako podziw, ale nie nachalny,** nie czuję nawet nuty przemocy.

Styl konwersacyjny Kena stanowi parodię języka mężczyzn typu macho. Ujawnia się to nie tylko w scenach, w których Kenowie rywalizują (opisanych powyżej), ale przede wszystkim w sytuacjach, kiedy Ken trafia do świata realnego i usiłuje naśladować sposób zachowania mężczyzn żyjących w kulturze patriarchy. Jest przekonany, że może wykonywać każdy zawód, tylko dlatego, że jest mężczyzną:

Ken: Jedno **dyrektorskie świetnie płatne stanowisko** poproszę.

Kobieta – rekruterka: Na takie się startuje z MBI i bez doktoratu raczej ciężko.

Ken: A nie wystarczy być mężczyzną?

Kobieta – lekarka: Nie, nie może pan usunąć chociaż jednego wyrostka na próbę.

Ken: **Jestem mężczyzną.**

Kobieta – lekarka: Ale nie lekarzem.

Ken: Mogę pogadać z lekarzem?

Kobieta – lekarka: Już pan gada z lekarką.

Ken: **Skocz mi pani po kawkę? I od razu po długopis?**

Kobieta – lekarka: Nie.

Ken stosuje dyrektywne akty mowy, które jego zdaniem (opartym na szczątkowej wiedzy o zasadach panujących w świecie realnym) znamionują typowy styl męski.

W Barbielandzie Ken chce wprowadzić nowy porządek oparty na patriarchacie. Jego wyznacznikiem jest także zmiana sposobu mówienia:

Barbie: Ken? Co to ma znaczyć? Co ty masz na sobie?

Ken: Nie czepiaj się. Zaakceptuj to, okej, *babe*.

Barbie: Nie mów do mnie *babe*.

Ken: A mogę *mini babe*? Jak *mini lodówka*.

Barbie: Nie, dość! To jest mój dom, tak!? Słyszysz!? Mój, a nie twój! Tylko mój!

Ken: Nie. Widzisz, to już nie jest dom Barbie. Od dziś ta willa będzie znana jako wielka Mojo Dojo Casa Chata. [w wersji ang. *Mojo Dojo Casa House*] [...] Słuchaj, ja tylko sączę zimne piwko we własnej Mojo Dojo Casa Chacie. Jak chcesz, możesz zostać jako moja żona. Lub względnie stała niezbyt ważna, zależna dziewczyna. Układ pasuje? Skocz po piwko.

Barbie: W życiu po piwko ci nie skoczę.

Ken przyjmuje „męski” styl konwersacyjny, który charakteryzuje się umniejszającymi zwrotami adresatywnymi w stosunku do kobiet (*babe*) oraz dyrektywnymi aktami mowy. Składa też Barbie upokarzającą propozycję niezobowiązującego związku. Jest to wyolbrzymiony do granic śmieszności styl macho. Koresponduje z nim mowa ciała, na którą składają się: tembr głosu (nonszalancja w sposobie mó-

wienia), postawa (Ken stoi niedbale oparty o futrynę domku) oraz ubiór (Ken ma na sobie futro). Stanowi to zupełne odwrócenie sytuacji z początkowych scen filmu, kiedy to Ken chciał zostać na noc u Barbie:

Barbie: Jedź już do domu.

Ken: Wiesz, może zostanę dziś na noc?

Barbie: Dlaczego?

Ken: Bo jestem twoim chłopakiem.

Barbie: I w nocy co?

Ken: Tak właściwie to nawet nie wiem.

Barbie: Tylko że wcale cię tu nie chcę.

Ken: Wolisz Kena?

Barbie: Nie, tylko się przyjaźnimy. To mój, to mój domek. Wiesz, domek Barbie. Nie, że domek Kena. Racja?

Ken: [sztuczny śmiech] Racja, przecież.

Barbie: Właśnie. Zresztą to babski wieczór.

Ken: Zawsze macie babskie wieczory.

Barbie: Mhm. Co wieczór. Bez końca.

Ken: No, co wieczór.

Barbie: Do końca świata. To cześć.

Ken: Dobranoc. Ja też cię kocham. Nie dzisiaj więc. Dzisiaj coś mi wypadło.

Na wyraźne sygnały lekceważenia ze strony Barbie Ken reaguje z udawaną beztroską. Udaje sam przed sobą, że Barbie wyznała mu miłość, dlatego potwierdza to wyznanie i przekonuje sam siebie, że też ma plany na wieczór. W tej wymianie to kobieta jest nieczułą partnerką rozmowy, natomiast Ken został pokazany w roli upokorzonego mężczyzny, co stanowi odwrócenie sytuacji znanej ze świata rzeczywistego.

W Barbielandzie Kenowie są bezwolni (a w zasadzie ubezwłasnowolnieni), co też jest sprzeczne ze stereotypem „prawdziwego” mężczyzny:

Barbie: Ken! Idź się przejdź czy coś.

Ken: Oj, tak samemu? Serio? Dokąd?

Barbie: Dokąd chcesz!

Ken: W tę stronę mogę?

Ponieważ Ken jest „Kenem Barbie”, nie potrafi być samodzielny.

Ken: Po prostu nie wiem, kim bez ciebie jestem.

Barbie: Jesteś Ken.

Ken: Ale jest Barbie i Ken. Nie istnieje sam Ken. Po to mnie wymyślili, ja istnieję jedynie w ciepłym blasku twojego spojrzenia. Bez niego jestem tylko ofermą, który nie umie sam nic zrobić.

Barbie: Być może czas, żebyś wreszcie odkrył swój cel w życiu.

Ken: Czuję się jak idiota, mam ciuchy jak kretyn. Wyglądam jak kretyn.

Barbie: Posłuchaj, Ken, musisz w końcu odkryć, kim jesteś beze mnie.

Ken: Dlaczego?

Barbie: Twoja dziewczyna to nie ty, twój dom też nie, ani futro.

Ken: A plaża?

Barbie: Nie, nawet twoja plaża. Może nic z tego, co według ciebie cię ukształtowało, to w istocie wcale nie ty. Może jest Barbie i... jest Ken?

Ken: Ken to ja?

Barbie: Tak. A ja Barbie.

Ken: Ken to ja, to ja.

Ken gra rolę bezbronnego, zagubionego chłopca, który potrzebuje ciągłej opieki. Sam nie potrafi podejmować decyzji (a jeśli je podejmuje, okazują się złe). Taka rola została mu przypisana przez firmę Mattel i jest to rola sprzeczna z wypracowanym w kulturze zachodniej modelem męskości. Barbie natomiast – jako mądrzejsza, dojrzała – cierpliwie tłumaczy Kenowi, na czym polega „życie”. Ken się żali, Barbie udziela rad. Jednak dzieje się to dopiero pod koniec opowiadanej filmowej historii, kiedy Barbie dostrzega poważne rysy na swojej idealnej egzystencji.

3. PODSUMOWANIE

Film *Barbie* w reż. Greta Gerwig, zarówno w oryginalnej, jak i polskiej wersji językowej, zostawia szerokie pole do interpretacji odbiorcom z ich własnym bagażem przekonań. Może być bowiem uważany za ośmieszenie ruchu feministycznego, jak i ośmieszenie porządku opartego na dominacji mężczyzn. Może też być traktowany jako głos zarówno kobiet, jak i mężczyzn w walce o równe prawa. Niemniej jednak postaci stereotypowych Barbie i Kena, przejawskrawione zwłaszcza za sprawą przypisanej im ścieżki dialogowej, umacniają w pewien sposób role płciowe utrwalone kulturowo. Indywidualne style mówienia mogą bowiem potwierdzać lub podważać stereotypy ról społecznych przypisywanych obu płciom. Tym samym mogą być rozpatrywane jako biolekty, czyli warianty języka zależne – w tym wypadku – od płci, oraz socjolekty – warianty języka charakteryzujące jakąś społeczność.

Kenowie prezentują z jednej strony udawany styl macho (por. rywalizację i przechwalanie), z drugiej styl wrażliwego mężczyzny potrzebującego kobiecej opieki (por. potrzebę bycia pocieszanym, ale też podziwianym). Oba jednak zostały ośmieszone.

Silniej zarysowuje się obraz Barbie – czyli przedstawicieli świata kobiet. Styl konwersacyjny puste lalki skupionej tylko na swoim wyglądzie zostaje odrzucony – Barbie chce być mądrą Barbie. Wygrywa styl konwersacyjny wpisujący się w dyskurs feministyczny. Jednocześnie widoczna jest postawa kobiety potrafiącej manipulować mężczyznami. Kobiety znają się bowiem na mężczyznach, czego nie można powiedzieć o tych drugich.

Analiza języka filmowych postaci pokazuje, że style konwersacyjne mogą charakteryzować kobiety i mężczyzn, nawet jeśli dzieje się to w sposób przejawiony (stąd lepiej mówić w tym wypadku o stylizacji). Przesada bowiem, z którą mamy tu do czynienia, odgrywa istotną rolę w odkrywaniu skryptów kulturowych. Co z tym odkryciem zrobi widz, zależy jednak już tylko od niego.

Bibliografia

- Aumont, J., Marie, M. 2013. *Analiza filmu*, tłum. M. Zawadzka. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bem, S.L. 2000. *Męskość, kobiecość. O różnicach wynikających z płci*. Gdańsk: GWP.
- Dąbrowska, M. 2005. *Język płci. Prawda czy mit?*. W: *Język Trzeciego Tysiąclecia III: Język polski i języki obce – kontakty, kultura, dydaktyka*, red. M. Dąbrowska, s. 145–159. Kraków: Krakowskie Towarzystwo Popularyzowania Wiedzy o Komunikacji Językowej Tertium.
- Esa, Q.R., Yuliana, N. 2023, Semiotic Analysis of Patriarchal Relations in the Film „Barbie”, *Jurnal Sosial Sains dan Komunikasi* 2 (2) <https://jurnal.seaninstitute.or.id/index.php/sosak/article/view/340/262> [dostęp: 18.06.2024].
- Florek, S. 2008. *Psychika mężczyzny – ewolucyjne uwarunkowania i społeczny stereotyp*. W: *Stereotypy i wzorce męskości w różnych kulturach świata*, red. B. Płonka-Syroka, s. 17–41. Warszawa: Wydawnictwo DiG.
- Gerber, R. 2023. *Barbie i Ruth*. Białystok: Wydawnictwo Kobiectwo.
- Gibson, S., Bridges, D., Wulff, E. 2023. Is the Barbie movie a feminist triumph or flop? Three gender studies academics have their say. *Women's Agenda* <https://researchoutput.csu.edu.au/en/publications/is-the-barbie-movie-a-feminist-triumph-or-flop-three-gender-studies> (dostęp: 18.05.2024).
- Hendrykowski, M. 1982. *Słowo w filmie. Historia. Teoria. Interpretacja*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Miławska-Ratajczak, M. 2018. *Dialog w roli głównej. Polszczyzna we współczesnym kinie na przykładzie wybranych autorów*. Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- Musiela-Dobrowolska, A. 2017. *Ken, Elsa, Barbie, Superman: płęć i reklama*. W: *Tajemnice reklamy. O tym, jak reklama wpływa na dzieci i młodzież*, red. A.M. Zawadzka, M. Niesiołowska, s. 77–96. Warszawa: Wydawnictwo Stowarzyszenia Filomatów.
- Rogers, M.F. 2003. *Barbie jako ikona kultury*, tłum. Ewa Klekot. Warszawa: Wydawnictwo Muza.
- Skowronek, B. 2013. *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.
- Skowronek, B. 2020. *Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.

- Skowronek, B. 2023. O potrzebie i kierunkach badania języka w filmie. *Poradnik Językowy* 6, s. 24–35.
- Staniszewska, M. 2023. To szalony rollercoaster kolorów i emocji. Były też tzy. Oglądaliśmy *Barbie* Greta Gerwig <https://wyborcza.pl/7,75410,29989446,zyjemy-w-swiecie-barbie.html> [dostęp: 18.05.2023].
- Syafruddin, P., Febiola, A.Y, Febriani, A. 2024. Kesetaraan Gender Egalitarianisme dalam Narasi Film Barbie melalui Perspektif Konstruktivisme (Gender Egalitarianism in the Barbie Film Narrative through a Constructivism Perspective), *Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4 (2), <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/dawatuna/article/view/5553/4151> [dostęp: 18.05.2024].
- Taboł, S. 2005. *Barbie* – postmodernistyczny wymiar kultury. *Kultura i Edukacja* 1, s. 22–31.
- Tong, R. 2002. *Myśl feministyczna. Wprowadzenie*, tłum. J. Mikos, B. Umińska. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Wicaksono, K.D.A., NurF, A. 2023. Toxic masculinity tokoh ken pada film barbie live action *Journal of Contemporary Indonesian Art* 9 (2) <https://journal.isi.ac.id/index.php/jcia/article/view/10975> [dostęp: 18.05.2024].
- Wilkoń, A. 1984. Problemy stylizacji językowej w literaturze. *Przegląd Humanistyczny* 3, s. 11–29.
- Wilkoń, A. 2000. *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Witosz, B. 2004. Obrazy zachowań komunikacyjnych kobiet i mężczyzn we współczesnej literaturze. *Stylistyka* 13, s. 7–26.
- Żydek-Bednarczuk, U. 2004. *Zmiany w zachowaniach komunikacyjnych a nowe odmiany językowe (odmiana medialna)*. W: *Współczesne odmiany języka narodowego*, red. K. Michalewski, s. 99–106. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

How do Barbie and Ken speak? An analysis of the speech of the movie characters (in the Polish-language version)

Summary

The article investigates the language used by the movie characters Barbie and Ken in the film *Barbie*, directed by Greta Gerwig. The Polish dubbing version is the subject of analysis. The author posits that the language of film characters is a contributing factor in the formation of their respective stereotypes. In the case of Barbie and Ken, this is significant, since both characters are cultural icons, and their stereotypical image is well-known in many cultures. Consequently, they can be regarded as exemplifying a specific gender and social group, and the utterances in question can be viewed as a gender-dependent variant of language and a variant of language characteristic of one particular social group. Given the exaggerated nature of Barbie and Ken's utterances, it is necessary to consider them as stylised. Furthermore, they leave considerable scope for interpretation. It could be argued that the film is a satire of the feminist movement and an indictment of an order based on male domination. Alternatively, it could be seen as a representation of the voices of women and men in the struggle for equal rights.

Keywords: Barbie – dubbing – sociolect – biolect.

Adj. Marta Falkowska