



GRETA MARIA SCHLEEH

WEIBLICHKEITSKONSTRUKTION IN GRETA GERWIGS BARBIE

**EIN FEMINISTISCHES STATEMENT IM KONTEXT
KOMMERZIELLER POPKULTUR**

**Virtuelles Zentrum für
kultursemiotische Forschung**

Student Research Papers | No. 12/2024

Herausgegeben von Martin Nies

Weiblichkeitskonstruktion in Greta Gerwigs BARBIE

Ein feministisches Statement im Kontext kommerzieller Popkultur

Greta Maria Schleeh

vzkf www.kultursemiotik.com

Virtuelles Zentrum für kultursemiotische Forschung
Student Research Papers | No. 12/2024

Herausgegeben von Martin Nies

Titelnachweis

Greta Maria Schleeh: *Weiblichkeitskonstruktion in Greta Gerwigs BARBIE – Ein feministisches Statement im Kontext kommerzieller Popkultur.*
VZKF Student Research Papers, hrsg. v. Martin Nies; No. 12/2024

URL:

(https://www.kultursemiotik.com/wp-content/uploads/2024/09/VZKF_SRP_No.12-2024_Schleeh_Weiblichkeitskonstruktion-in-Greta-Gerwigs-BARBIE.pdf).

Diese Studie entstand als Abschlussarbeit im *MA of Education /*

Teilstudiengang Deutsch an der Europa-Universität Flensburg.

Betreuung: Martin Nies

Titelgestaltung: Martin Nies unter Verwendung eines Fotos von anaterate:

<https://pixabay.com/de/illustrations/ai-generiert-kinderzimmer-rosa-8259725/>

vz kf www.kultursemiotik.com

Virtuelles Zentrum für kultursemiotische Forschung

Student Research Papers

Impressum

© 2024 | **VZKF**

www.kultursemiotik.com

Alle Rechte vorbehalten

Verantwortlich für den Inhalt der Beiträge sind die Autorinnen und Autoren.
Für evtl. Verletzungen des Urheberrechts kann der Herausgeber nicht zur
Verantwortung gezogen werden.

Herausgeber / Redaktion:

Prof. Dr. Martin Nies
Europa Universität Flensburg
Fakultät II
Institut für Germanistik
Abteilung Literatur- und Medienwissenschaft
Auf dem Campus 1
24943 Flensburg
Germany

Email: redaktion@kultursemiotik.com

Inhalt

1. Einleitung	7
2. Die Barbie-Puppe – Referenzobjekt des Gerwig-Films	10
3. Weltenentwurf in BARBIE	13
3.1 Raumkonstruktion	13
3.2 Prolog	15
4. Barbieland – eine feministische Utopie	18
4.1 Pink und authentische Künstlichkeit	18
4.2 Weiblichkeitskonstruktion in der feministischen Community	20
4.3 Weird-Barbie	24
4.4 Der Mann als weibliches Accessoire	25
4.5 Existenzielle Angst im Paradies	28
5. Konfrontation mit der „Real World“	31
5.1 Begegnung mit dem Patriarchat	31
5.2 Barbie und Mattel	33
6. Weiblichkeitskonstruktion in der „Real World“	39
6.1 Barbie und die alte Dame auf der Bank	39
6.2 Barbie und Sasha/Gloria	40
7. „Kendom–Land“	43
8. Identitätsfindung Kens	48
9. Menschwerdung Barbies	50
10. Feministische Resonanz	55
10.1. Feminismen der Gegenwart – ein Versuch der Bestandsaufnahme	55
10.2 BARBIES Verortung im feministischen Diskurs	61
11. Gerwigs feministisches Statement mit BARBIE	66
11.1 „Male gaze“ – „Female gaze“	66
11.2 Barbieland – eine feministische Utopie?	74
11.3 Glorias Rede	76
12. Fazit	82
Literaturverzeichnis	87
Anhang	98

1. Einleitung

„If you love Barbie – this film is for you. If you hate Barbie – this film is for you.“
(Warner Bros. Pictures, Trailer BARBIE 25.05.2023, 2:41)

Im Juli 2023 kam die „Barbie“-Verfilmung im Verleih von Warner Brothers in die Kinos und löste einen weltweiten Hype aus: In Scharen warteten pink gekleidete Menschen vor den Kinos, zu Tausenden diskutierten und posteten Menschen auf Social Media (vgl. Baumann-Rüdiger 2023). Das Bruttogeschäft mit Barbie-Puppen schoss bis Januar 2024 um 27 Prozent in die Höhe (vgl. ZDF heute 2023). #Barbie zählte im Juli 2023 auf TikTok bereits 48 Milliarden Aufrufe (vgl. Woyciechowski 2023). Weitere Superlative zeugen von einem enormen Publikumszuspruch: Nach nur 17 Tagen spielte der Film eine Milliarde Dollar ein und ist damit „Warner Brothers highest grossing film of all time“ (60 Minutes 2023, 2:00). Dem standen Produktionskosten von ca. 100 Millionen Dollar und Ausgaben für Werbung von etwa 150 Millionen Dollar gegenüber (vgl. ebd. 1:16).

BARBIE ist der erste unter der Regie einer Frau realisierte Film, der über eine Milliarde Dollar einspielen konnte (vgl. *Spiegel* 2023a), und im September 2023 wurde BARBIE zum weltweit umsatzstärksten Film des Jahres 2023 (vgl. *Spiegel* 2023b). Er stand zu diesem Zeitpunkt auf Platz 15 der erfolgreichsten Kinofilme aller Zeiten (vgl. Box Office Mojo 05.09.2023) und die *Süddeutsche Zeitung* merkte an, dass damit „ein großes Projekt zur endgültigen Ikonisierung der Barbie zu seiner Vollendung gekommen sei“ (von Blazekovic 2023).

Schon mit Bekanntwerden des Filmprojekts tat sich aber für viele eine vermeintlich unauflösbare Unverträglichkeit auf: Als Lizenzgeber und Co-Produzent fungierte mit Mattel ein kapitalistischer, profitorientierter Spielzeuggigant (und als solcher ist er sogar im Film repräsentiert), dessen Puppe als klischeehafte, unrealistisch perfekte Frauenfigur in der Vergangenheit oft Ziel feministischer Proteste war. Auf der anderen Seite fiel die Wahl der Regie mit Greta Gerwig, die auch Co-Autorin des Drehbuchs ist, auf eine Person, die sich als feministische Indie-Filmemacherin einen Namen gemacht hat.

Das vermehrte Interesse von Kindern an digitaler Unterhaltung befeuerte den Trend, Filmhandlungen zu konzipieren, die auf Spielzeugfiguren basierten (z.B. LEGO oder Hasbro „Transformers“). Mattel brachte für BARBIE eine Marketingmaschinerie ins Rollen, die über 100 Lizenzverträge, Produktpartnerschaften und Kooperationen mit Unternehmen von Airbnb bis Ulta Beauty beinhaltete (vgl.

Woyciechowski 2023). Mehr als ein Dutzend weitere Filme rund um Mattel-Spielzeuge wurden von Unternehmenschef Kreuz bereits angekündigt (vgl. ebd.). Intendiert ist eine „Wandlung vom reinen Spielzeughersteller zum Unterhaltungskonzern“ (ähnlich wie Disney) bzw. „Franchise Management für geistiges Eigentum“ (Papenbroock 2023).

Greta Gerwig gilt als eine der bedeutendsten weiblichen Vertreterinnen des gegenwärtigen Kinos. Das US-amerikanische Magazin TIME nannte sie bereits 2018 in seiner Liste der 100 einflussreichsten Personen der Welt (vgl. Montanari 2022). Ihre bisherigen Filme (u.a. *LADY BIRD* 2017, *LITTLE WOMEN* 2019) passen „so gar nicht zum Barbie-Image“, war sie doch eher für nachdenkliche Coming-of-Age-Filme bekannt (Bleicher 2023). Auch gilt sie als Gesicht des sogenannten Mumblecore-Genres: Low-Budget-Produktionen, in denen es eher um die Dialoge als um den Plot geht (vgl. Küper-Reimann 2023).

Von ähnlichem Ausmaß wie die Publikumsresonanz des Films war der sich anschließende emotional aufgeladene mediale Diskurs. *BARBIE* sorgte für eine starke Polarisierung der Meinungsäußerungen bei den Rezipientinnen und Rezipienten und spaltete die Kritik, was sich im Übrigen schon seit Jahrzehnten mit der Mattel-Puppe ereignet, die wie kaum ein anderes Spielzeug leidenschaftlich geliebt und gehasst wurde und wird. Bemängelt wurde, dass der Film sich anfühle „wie ein großer, lustiger und hochwertiger Mattel-Werbespot“ (Squid Studios 2023). Viele Männer beklagten sich über die porträtierte Misandrie (vgl. Mellin 2023) und im Internet ließ sich eine Welle sexistischer Anti-Feminismus-Stimmungsmache beobachten (vgl. Brandstötter et al. 2023). In der *New York Post* beispielsweise wurde die Verunglimpfung des Männlichen kritisiert und die simplifizierende Botschaft beklagt: „Men are evil oppressors, women are unimpeachably perfect victims, and anyone who dares challenge this notion is a disgusting misogynist“ (Morgan 2023). Der Autor behauptete gar: „If I made a movie that treated women the way Barbie treats men, feminists would want me executed“ (ebd.). Insbesondere das feministische Potential des Films wird höchst unterschiedlich eingeschätzt und selbst unter Feministinnen kontrovers kommentiert. Einige feierten *BARBIE* als „cinemastische Zerschlagung des Patriarchats“ (Zimmerer 2024) und im *Rolling Stone* Magazin sprach man vom „most subversive blockbuster of the 21st Century“ sowie dem Beginn eines „fourth-wave feminism“ (Fear 2023). In der *FAZ* wurde konstatiert, der Film beinhalte viele „sehr vernünftige feministische Minimalanforderungen“ (Dath 2023), während in der *TAZ* ein „Grundschulfeminismus“ festgestellt und von „schmierige[n] Hollywood-Klischees“ gesprochen wurde, die nach dem Motto „Ich bin was wert, du bist was wert, alle sind was wert“ funktionierten (Schwardt 2023).

Dass die beschriebenen Kontroversen erwartbar waren und dem Erfolg des Films nicht im Weg stehen, lässt sich schon nach Anschauen des Film-Trailers mutmaßen, der vor Filmveröffentlichung bereits mit der Aussage warb „If you love Barbie – this film is for you. If you hate Barbie – this film is for you“ (Warner Bros.

Pictures 2023: 2:41) – ein vermeintliches Paradoxon, das womöglich ebenso Gerwigs feministischen Intentionen dient wie es zu Mattels Marketingstrategie passt.

Das ungewöhnliche Aufeinandertreffen eines kapitalistischen Spielzeugherstellers und einer feministischen Filmemacherin sowie die immense Popularität der Spielzeugpuppe, die stets kontrovers betrachtet wurde und deren Geschichte im popkulturellen Mainstreamkino hier neu erzählt werden soll, stecken das spannungsgeladene Entstehungsumfeld des Filmes ab und lassen eine Auseinandersetzung mit dem Barbie-Film reizvoll erscheinen. Ist ein „feministischer Blockbuster“ ein Oxymoron oder markiert er eine neue Qualität im feministischen Ausdruck?

In dieser Studie soll der Frage nachgegangen werden, wie Weiblichkeit in Gerwigs Film BARBIE konstruiert wird und welche Zuschreibungen an Weiblichkeit damit einhergehen. Schlussendlich wird eine Einordnung der Erkenntnisse in den feministischen Diskurs auf Grundlage der vorausgehenden filmsemiotischen Analyse und unter Berücksichtigung der besonderen Entstehungsumstände versucht.

Angesichts der Tatsache, dass der Film, seine Bildsprache und seine Rezeption nicht ohne Betrachtung der historisch zu kontextualisierenden Puppe zu denken und zu verstehen ist, soll in Kapitel 2 zunächst die Entstehungsgeschichte der Mattel-Figur beleuchtet werden. Die Puppe ist das Referenzobjekt, zu dem sich das Publikum schon im Vorfeld des Kinogangs positioniert. Nach Analyse des Weltentwurfs (Kapitel 3) soll in Kapitel 4 untersucht werden, wie Gerwig mit dem Barbie-land geschlechtsspezifisch agierende Figuren inszeniert, Stereotype abbildet und vorgefertigte Bilder des Frauseins innerhalb einer binären Geschlechterordnung reproduziert. Dabei wird gleichzeitig nach Intentionen, Ambivalenzen und Brüchen gefragt. An der narrativen Struktur des Filmes orientiert, untersucht Kapitel 5 die Modifizierungen, die sich durch die Konfrontation mit der „Real World“ ergeben, und fragt zudem nach der Rolle des Spielzeugherstellers Mattel für Gerwigs Weiblichkeitskonstruktion. Da Weiblichkeit im Film nicht nur durch die Barbies repräsentiert ist, versteht sich die Analyse in Kapitel 6 als Versuch, sich einer komplexeren Bedeutung der Kategorie „Frau“ in Gerwigs Film zu nähern. Mit den Kapiteln 7 bis 9 soll die Entwicklung der Figuren untersucht und mit vorherigen filmischen Botschaften kontrastiert werden. Verschiedene aktuelle feministische Positionen werden sodann in Kapitel 10 reflektiert und auf das Weiblichkeitskonstrukt in Gerwigs Film bezogen. Kapitel 11 spürt abschließend Gerwigs feministischen Intentionen nach wie sie sich aus verschiedenen Filmteilen extrahieren lassen.

2. Die Barbie-Puppe – Referenzobjekt des Gerwig-Films

„*You can be anything!*“ (Mattel)

Barbie® ist ein registriertes Warenzeichen der US-amerikanischen Firma Mattel, das für die Produktion von Modepuppen steht. Heute gilt Barbie als die bekannteste und meistverkaufte Puppe der Welt. In Deutschland erreicht die Marke „Barbie“ einen Bekanntheitsgrad von nahezu 100 Prozent (vgl. Appinio 2023). Jedes Mädchen besitzt hierzulande durchschnittlich sieben Barbiepuppen (vgl. Gruber/Baum 2023).

Die erste Barbie wurde 1959 auf der New Yorker Spielwarenmesse präsentiert. Als ihre „Mutter“ gilt gemeinhin die Unternehmerin Ruth Handler, die in Gerwigs Film auch als solche erscheint. Anstatt nur eine Puppe zu verkaufen, schuf Mattel schrittweise ein ganzes Barbie-Universum, das neben verschiedenen Barbie-Versionen ein soziales Netzwerk aus zahlreichen Freundinnen und Verwandten umfasst. Überdies wurde vor Gerwigs Film von Barbies Welt in zahlreichen Büchern, Comics, und Serien sowie über 40 Animationsfilmen erzählt.

Das Erscheinungsjahr Barbies gehört zu einer Zeit, in der die ideale Frau häufig mit Attributen wie „zart“, sich fürsorglich um andere „kümmern“ und „hübsch“ belegt ist (Frankfurter Rundschau 2019). Konträr erscheint dagegen der feministisch anmutende Werbeslogan „*You can be anything!*“, mit dem die Puppe auf den Markt kam. Barbie stellte einen gezielten Gegenentwurf zu den üblichen Babypuppen der 1950er-Jahren dar, die vor allem dem Zweck dienten, junge Mädchen die Mutterrolle einüben zu lassen und sie für ihre zukünftige gesellschaftliche Aufgabe vorzubereiten. Somit war Barbie die erste explizit nicht als Baby vermarktete Puppe. Sie verkörperte das Bild einer unabhängigen, weitgehend emanzipierten und modebewussten Frau und widersprach damit der Lebenswirklichkeit vieler amerikanischer Frauen der Mittel- und Oberklasse, die auf Ausüben der Hausfrauen- und Mutterrolle ausgerichtet war (vgl. Baumann-Rüdiger 2023). Während für die Mehrzahl der Frauen eine Heirat vorrangiges Ziel war, sollte Barbie unabhängig und getrennt von ihrem Freund im eigenen Barbie-Traumhaus leben.

Entsprechend ihrer Bestimmung durch Mattel stand Barbie außerdem zunächst vor allem für heterosexuelle Attraktivität, die Mädchen suggerierte, wie sie idealerweise auszusehen haben. Immer orientierte sich Barbie an aktuellen Modetrends. Über 70 Modedesigner kleideten Barbie bis heute ein und an jeder neuen Version sind Designer, Schneider und Stylisten beteiligt (vgl. Prauß 2023).

Barbie erscheint jung, schlank, makellos schön, ausgestattet mit einer überdimensionierten Haarmähne und überproportional langen, zumeist unbedeckten Beinen (vgl. Mühlen-Achs 2003: 33). Zahlreiche mehr oder weniger explizit feministische Stimmen enervierten sich in der Printpresse über ein derartig übersexualisiertes, falsche Körpervorstellungen transportierendes Weiblichkeitsbild, das den „Male Gaze“, also die Darstellung von Frauen aus einer heterosexuellen, männlichen Perspektive, repräsentiere. In der Frauenzeitschrift *Annabelle* wurde Barbie als „frühreife Göre“ betitelt; die feministische *Emma* nannte sie eine

„spinnenbeinige Anorektikerin“ (Baumann-Rüdiger 2023). 2013 zündeten „Femen“-Aktivistinnen anlässlich der Eröffnung des „Barbie-Dreamhouses“ in Berlin vor dem Haus ein Kreuz mit Barbiepuppe an (vgl. Rosenfeld 2013).

Der vielleicht häufigste und alle Jahrzehnte ihrer Existenz überdauernde Vorwurf lautet, Barbie vermittele ein unrealistisches, toxisches Schönheitsideal, das die Selbstwahrnehmung insbesondere junger Mädchen störe und sogar Essstörungen auslöse. Die Studie *Does Barbie make girls want to be thin?* kam zu dem Ergebnis, dass Mädchen, die mit Barbies spielen, deutlich unzufriedener mit dem eigenen Körper sind (vgl. Dittmar/ Halliwell 2006). Mattel selbst veröffentlicht jedoch auf seiner Webseite eine andere Studie, die die positiven Auswirkungen des Spielens mit Puppen auf die sozialen Fähigkeiten und das Empathieempfinden hervorhebt (vgl. Mattel 2020b).

Insgesamt repräsentierte Barbies Lifestyle lange ein Bild von Weiblichkeit, das in den 70er-Jahren als misogynen Werbestrategie diskutiert und von der Frauenrechtsbewegung dezidiert attackiert wurde, zeichnete es doch das Bild der Frau als oberflächliches, konsumorientiertes Luxusgeschöpf und „attraktive Müßiggängerin, deren Interesse ausschließlich der Schönheitspflege, dem Schmuck, der Mode und der Anhäufung von Statussymbolen gilt“ (Mühlen-Achs 2003: 34). Doch schon zu einer Zeit, als Frauen in der Bundesrepublik nach gesetzlichen Vorgaben nur einen Beruf ausüben durften, wenn sie ihre vermeintlichen Pflichten in Ehe und Familie nicht vernachlässigten, wurde Barbie weiterentwickelt und auch als berufstätige Frau etabliert.

Mattel wirbt damit, mit der Barbie-Strecke mittlerweile „das vielfältigste und inklusivste Puppensortiment auf dem heutigen Markt“ zu haben (Mattel 2024b). Es wird zudem von Mattel betont, dass insbesondere Puppen mit Berufen kreiert werden, in denen Frauen unterrepräsentiert sind, um Mädchen zu ermutigen, diese zu ergreifen. So gibt es beispielsweise seit 1989 eine Pilotin, seit 1991 eine Marine-Admiralin, seit 1993 eine Sanitätsoffizierin, seit 1995 eine Feuerwehrfrau und seit 2004 eine Präsidentin-Barbie (vgl. ebd.). Dies gründet letztlich auf einer intelligenten Marketingstrategie, um immer neue Puppenkollektionen, Outfits, Accessoires und zusätzliche Gadgets verkaufen zu können und gleichzeitig dem Zeitgeist zu entsprechen. Bemängelt wurde hingegen, dass Barbie Vorurteile zementiere, wonach der berufliche Erfolg von Frauen mehr auf ihrer äußeren Erscheinung gründet als auf ihrer Qualifikation (vgl. Büttner 2023).

Barbies Erscheinungsbild wurde beständig mit dem Ziel verändert, ihr Image sich ändernden kulturellen Normen und neuen gesellschaftlichen (auch feministischen) Postulaten anzupassen. Nach einem Tiefpunkt beim Absatz der Barbies 2014 (vgl. Mellin 2023) startete Mattel eine Rebranding-Strategie und wollte seine Galionsfigur auch für Inklusion und Diversität stehen lassen. So gibt es seit 1968 „Christie, eine der ersten schwarzen Puppen“, seit 2015 Barbies in drei verschiedenen Körpergrößen „kurvig, groß und petit“ und seit 2019 „Puppen mit permanenter körperlicher Beeinträchtigung“ (Mattel 2024b). Mittlerweile umfasst

Mattels Sortiment „fünf Körpertypen, 22 Hautfarben, 76 Frisuren, 94 Haarfarben und 13 Augenfarben“ (Mattel 2020a), nicht jedoch ältere Barbies.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass Barbie nicht nur die populärste Puppe der Welt ist und nach einem schlüssigen, rein kommerziell erfolgreichen Konzept funktioniert. Sie ist vermutlich auch die umstrittenste. Wer in den 60er-Jahren die Gleichstellung der Frauen einforderte und sich dabei gegen ein sexistisches Frauenbild wehren wollte, konnte seiner Tochter kaum eine Barbie kaufen. Wer andererseits in dieser Zeit die Frau in der Funktion der Mutter und Ehegattin belassen wollte, konnte dies ebenso wenig (vgl. Baumann-Rüdiger 2023). Sicher scheint, dass Barbie anfangs ein progressives Konzept, eine neue Art Puppe und eine neue Definition von Weiblichkeit darstellte. Ihr stereotyp Mädchenhaftes wurde in der feministischen Sicht jahrzehntelang kritisch gehandelt, verkörperte sie doch starre Geschlechtervorstellungen sowie kaum zu erreichende Körperideale und suggerierte Mädchen, sie könnten alles werden, während sie dabei weißen, heteronormativen Schönheitsidealen entsprechen.

Gerwig hatte für ihren Film diese unterschiedlichen Positionen und Befindlichkeiten zu bedenken. Die Eröffnungsszene adressiert nostalgische Kindheitserinnerungen der Zuschauerinnen und Zuschauer. Für nahezu jede Frau ist Barbie reale Fantasie und mehr oder weniger präsent aber gezielt wiederzubelebende, oft positiv konnotierte Spielzeugerfahrung. Gerwig gab damit zumindest vordergründig Mattel Gelegenheit zum positiven Rebranding der in die Kritik geratenen Puppe. Wie die weitere Analyse zeigen wird, hinterfragt und kritisiert sie gleichzeitig das Barbie-Narrativ Mattels und macht aus BARBIE eine Erzählung über die Selbstfindung und das Erwachsenwerden, die alle Menschen erreichen soll.

3. Weltenentwurf in BARBIE

3.1 Raumkonstruktion

In BARBIE ist der diegetische Raum klar strukturiert. Lässt man den Prolog zunächst außer Acht, stehen hier zwei semantische Räume zueinander in eindeutiger, binärer Opposition (vgl. Taubenböck 2002:22) und existieren dabei auf weitgehend zeitlich identischer Ebene: die „Real World“ und Barbieland, eine fiktive eigene Parallelwelt, in der Barbiepuppen in Menschengestalt wohnen und das Leben nach eigenen Gesetzmäßigkeiten verläuft.

Der Film widmet sich beiden Welten zeitlich in etwa gleichem Umfang. Abgesehen von wenigen logischen Brüchen wird die Handlung chronologisch erzählt. Irritierend ist beispielsweise, wie es Ken gelingt, der nur kurze Zeit vor Barbie ins Land der Puppen zurückkehrt, das Barbieland grundlegend äußerlich zu verändern, die Barbies zu manipulieren und eine neue gesellschaftliche Ordnung zu etablieren. Die Sequenz, in der unmittelbar nach Errichtung des Kendoms Mattel-Angestellte bereits verkünden, dass sich Mojo-Dojo-Häuser, Ken-Tassen und Ken-T-Shirts in der Realwelt bestens verkaufen und Warner Brothers schon ein Vorsprechen für den neuen Ken-Film veranlasst hat (0:59:49), ist als weiteres Beispiel zu nennen. Einige Sequenzen stellen eine Besonderheit dar, da sie im imaginären, undefinierten Raum platziert sind. Dazu gehören beispielsweise die Tanzszene der Kens während ihrer kämpferischen Auseinandersetzung und der Dialog zwischen Ruth Handler und Barbie unmittelbar vor deren Menschwerdung.

Als extradiegetische Instanz fungiert während des Prologs und der Geschehnisse im Barbieland eine Erzählerin (Hellen Mirren), die den Film selbstreferentiell kommentiert (z.B. „*Note to the filmmakers: Margot Robbie is the wrong person to cast if you want to make this point.*“ (Gerwig 2023, 1:13:14¹)). Mirren selbst sagt über ihre Rolle: *I'm the wise and knowledgeable and removed and objective voice telling the story of Barbie*“ (iHollywoodTV 2023, 3:40). Aufgrund ihrer Nullfokalisierung (vgl. Faulstick 2002: 228) kann sie Einschätzungen außerhalb der Diegese abgeben, wie beispielsweise dass die Barbies fälschlicherweise an das Ende der feministischen Probleme glauben: *„Who am I to burst their bubble?“* (00:03:48). Auch erklärt sie Phänomene der Barbiewelt, wie Barbies Schweben vom Dach: *„When you're playing with Barbies nobody bothers to walk them down the stairs [...] You just pick them up and put them where you want them to go. You use your imagination“* (00:05:53).

Die „Real World“ und das Barbieland sind innerhalb der Raumtopologie eigentlich in sich abgeschlossen und treten vermeintlich nicht direkt miteinander in Beziehung. Alle Figuren weisen nach Lotman dabei grundsätzlich eine Raumbindung auf, die sie entweder dem einen oder anderen Ort zuordnen (vgl. Lotman 1972: 328). Grenzen fungieren bei Übertritt als Katalysator von Ereignissen (vgl. ebd.

¹ Gerwig, Greta (2023): BARBIE, USA, Mattel Films, Warner Brothers. Im Folgenden nur noch mit Zeitangaben zitiert und zum Hervorheben im Text in Kursivschrift.

332) und liefern damit die Grundstruktur für eine Erzählung (vgl. Mecke 2004: 108) wie es auch in *BARBIE* der Fall ist. Bei einer Grenzüberschreitung löst sich eine Figur aus dem Werte- und Normsystem ihres Teilraumes und erzeugt dadurch eine Spannung zwischen „postulierter Ordnung und faktischer Abweichung“ (Krah 2019: 84). Das FBI und Mattels CEO (Will Ferrell) erwähnen an verschiedenen Stellen im Film, dass es bereits vor Barbie den Fall gab, dass eine Puppe in die „Real World“ gelangte. Der kommerziell erfolglosen Skipper-Barbie war dies vor unbestimmter Zeit gelungen (0:37:12).

Obwohl das Barbieland und die „Real World“ grundsätzlich nur in klarer Opposition zueinander funktionieren, gibt dennoch ein deutliches Aufeinander-Bezogensein von realer und fiktiver Welt. Während eine Barbiewelt im Bewusstsein spielender Kinder in der Realwelt ohnehin als eigene Parallelwelt existiert, gibt es auch in Barbieland diffuse Vorstellungen von der anderen Welt der Realität. So präsentiert die Weird-Barbie beispielsweise eine stark vereinfachte, ungenaue und in der Anmutung eher an eine Kinderzeichnung erinnernde Landkarte der „Real World“. In der entlegenen, wüstenähnlichen Peripherie des Barbielandes findet sich zudem ein Richtungsschild, das den Weg in die echte Welt weist.

Die Verbindung zwischen den Welten existiert jedoch noch auf weiteren Ebenen. „*The girl who’s playing with you, she must be sad, and her thoughts and feelings and humanness are interfering with your dollness*“ (0:21:47), erklärt die Weird-Barbie und fordert Barbie sodann auf, die Barbiewelt zu verlassen, um das emotionale Problem eines Mädchens (und letztlich auch ihr eigenes) zu beheben, das in der „Real World“ mit ihr spielt: „*The two of you are becoming inextricably intertwined. And you gotta help her to help yourself*“ (0:22:09). Unklar bleibt, ob es in dieser Logik nur ein Barbieland gibt oder ein jeweils eigenes für jedes Kind, das individuell mit seiner Barbie-Puppe spielt. Doch auch die stereotype Barbie reflektiert im Film das Vorhandensein der anderen Welt: „*We fixed everything so that all women in the Real World can be happy and powerful*“ (0:21:53). Beide Welten gehören zum selben Universum. Die Barbiewelt existiert nicht „im entgrenzten Fiktiven“ (Bee et al. 2023). Sie referenziert die reale Spielwelt von Kindern und eröffnet dadurch virtuelle Räume, die eine Projektionsfläche für Träume und Wünsche sind und mit der realen Welt korrespondieren.

Die „Real World“ hat permanenten Einfluss auf Barbieland, von dem in zwei Handlungsblöcken erzählt wird: Zunächst zeigt Gerwig eine unschuldige Idealwelt, die nahezu vollständig kindliche Fantasie widerspiegelt. Ken verändert diese Welt jedoch nach seiner Reise in die wirkliche Welt, sodass Barbie nach ihrer Rückkehr ein gänzlich anderes, „erwachseneres“ Barbieland vorfindet. Nicht zuletzt weil Gerwig im zweiten Handlungsblock menschliche Beziehungen und die Entwicklung der jeweiligen Identität ihrer Protagonisten in den Vordergrund stellt, geht es im Film auch darum, etwas über die Wirklichkeit auszusagen, wie die weitere Analyse zeigt.

Die Grenzen zwischen Imagination und Realität bzw. fiktiver und „realer“ Welt sind rein physikalisch unüberwindbar, erweisen sich im Fortgang der Handlung

aber als durchlässig, sodass es zu Überwindungen dieser Grenzen kommt. Vier metaleptische Grenzüberschreitungen sind hier zu nennen: 1. Barbies Reise (mit Ken) in die wirkliche Welt, 2. Barbies und Kens Rückkehr ins Barbieland in Begleitung von Figuren aus der „Real World“, 3. die Reise von Mattels Vorstand ins Barbieland und 4. Barbies erneuter Übergang in die wirkliche Welt.

Das Reisen in die jeweils andere Welt verläuft entgegen Barbies Vermutung nicht durch ein Portal. Weird-Barbie spricht von einer „*Membran*“ zwischen den Welten (0:21:03). Was eigentlich nur imaginiert möglich ist, wird hier als weite Reise mit Sportwagen, Speedboat, Rakete, Tandem, Campingbus und Schneemobil ikonographisch konkret gekennzeichnet. Hin- und Rückreisen sind möglich; auch Menschen können grundsätzlich diese Reisen antreten. Die Grenzüberschreitung Barbies am Ende des Filmes vollzieht sich allerdings auf gänzlich anderem Weg (vgl. Kapitel 9).

3.2 Prolog

Während die Konstruktion von Barbieland und „Real World“ in den folgenden Kapiteln Gegenstand näherer Untersuchungen sein soll, ist mit der Eröffnungsszene (0:01:00–0:02:43) ein weiterer zum filmischen Raum gehörender extradiegetischer Raum zu benennen und kurz in seiner Bedeutung für die narrative Struktur des Films zu analysieren.

Das Intro, das zugleich erster Trailer des Kinofilms war, ist eine Hommage an Stanley Kubricks 2001: A SPACE ODYSSEE (1968), genauer gesagt eine Anspielung an die „*Dawn of Man*“-Sequenz: Eine öde, lebensfeindliche, in Beigetönen gehaltene Wüstenlandschaft beherrscht den Bildraum. Eine Gruppe kleiner Mädchen in altmodischer Kleidung ist beim wortlosen, gelangweilt wirkenden Spiel mit Babypuppen und dem Einüben mütterlicher Fürsorgetechniken zu beobachten. Diese insgesamt düster wirkende Szenerie wird durch das überlebensgroße Erscheinen einer Barbie-Puppe unterbrochen. Sie steht zunächst reglos als lebloses Objekt im Raum und ist mit einem schwarz-weiß gestreiften Badeanzug bekleidet, den auch die erste Barbiepuppe aus dem Jahr 1959 trug. Ihr messianisches Auftreten wird durch eine Art Nimbus unterstrichen, wie er in der christlichen Kunst den Kopf Christi umhüllt und hier durch die Platzierung von Barbies Kopf vor der im Hintergrund diffus leuchtenden Sonne zur Wirkung kommt. Barbies Gesicht bleibt durch die Gegenlichtaufnahme als durch Fantasie zu füllende Leerstelle zunächst im Dunkeln. Dramatische Musik, eine Untersicht-Perspektive und die weit aufgerissenen Münder der erstarrten Kinder unterstützen die Spannung und das als bedeutungs- und machtvoll bezeichnete Erscheinen Barbies. Ihr Ursprung wird mystifiziert.

Vergleichbar mit der Reaktion der Affen auf den Monolithen im Kubrick-Film und der damit einhergehenden Bewusstseinsveränderung, beginnen die Mädchen damit, ihre Babypuppen zu zerstören. Sie legen sie nicht etwa beiseite. Der in Slow

Motion festgehaltene gewaltsame Akt unterstreicht die Bedeutungsschwere dieses Moments und markiert ihn als radikalen Neuanfang. Vergleichbar mit dem Jump Cut vom primitiven Urmenschen zum Allbewohner in Kubricks Film, ist es hier Barbie, die die Ablösung von veraltetem Rollengebaren zu einem modernen, weiblichen Individuum initiiert.

Hellen Mirren als erläuterndes Voice-Over erzählt Barbies Entstehungsgeschichte, regt das Publikum an, eigene vorgefertigte Einstellungen zu der Puppe zu reflektieren und klärt im Narrativ Mattels über die empowernde, alles verändernde Kraft der Barbiepuppe auf. Mit dem Prolog ist also neben einer kulturgeschichtlichen Verortung schon zu Beginn des Films die Mattels eigenen kommerziellen Interessen dienende Version zur gesellschaftlichen Bedeutung Barbies beim Publikum platziert. Durch die Anlehnung an den Kubrick-Film wird dem Publikum zudem suggeriert, dass sich Bedeutungsvolles für die Menschheit ereignet und nebenbei spielerisch-selbstreferenziell eine Referenz des Pop-Movies zum Arthouse-Kino eröffnet. Auch die Wahl Mirrens als Erzählerin ist möglicherweise ähnlich motiviert: Sie wurde im März 2024 von Mattel wegen ihres Einsatzes für Kinder und Frauen mit einer eigenen Barbie-Version geehrt (vgl. Mirren 2024) und als „advocate for women’s stories“ betitelt (Mattel 2024a). So wird dem Publikum nahegelegt, BARBIE enthalte schon deshalb wertvolle Botschaften für Frauen, weil die Geschichte von einer Verfechterin der Frauenrechte erzählt wird.

Die Sequenz endet in einem undefinierten, entgrenzten, hellen Raum (0:02:48). Die Kamera zoomt, bei der Originalbarbie im Bildmittelpunkt beginnend, heraus und an einer Reihe verschiedener Models entlang, die diversifiziert Barbies unterschiedlicher Hautfarbe, in unterschiedlichen Berufsbekleidungen und auch im Rollstuhl sitzend darstellen, und fängt schließlich verschiedene augenscheinlich glückliche Mädchen ein, die neben verschiedenen Barbiepuppen stehen, deren Kleidung tragen und deren Haltungen nachstellen. Mirren kommentiert unterstützend aus dem Off: „*Because Barbie can be anything, women can be anything*“ (0:03:15). Barbie ist unabhängig, denn sie hat „*her own money, her own house, her own car, her own career*“ (0:03:09). Mit leicht ironisch wirkendem, spöttelndem Unterton verkündet sie zudem Barbies Verdienst: „*All problems of feminism and equal rights have been solved*“ (0:03:33) – „*At least that’s what the Barbies think*“ (0:03:41). Schon diese erste Sequenz verrät viel darüber, wie dieser Film für alle Beteiligten funktioniert. Gerwig kommuniziert hier Interessen Mattels, bedient sich aber auch der Mittel der Ironie oder Übertreibung und lässt viel Raum für persönliche Deutungen. Barbies Augenzwinkern in der Frontalaufnahme ihres Gesichtes bei ihrem ersten Erscheinen in der Felsenwüste lässt sich sowohl als empowernde Botschaft an die erstaunten Mädchen lesen als auch als Hinweis an das Publikum, die visuellen und akustischen Zeichen des Films zu hinterfragen.

Auch für die narrative Struktur des Films ist der Prolog als Teil eines fortlaufenden Transitionsprozesses seiner Protagonistin von Bedeutung. Ähnlich wie die Affen in Kubicks Film schließlich die nächste Stufe der Evolution erreichen, vollzieht sich für Barbie hier der erste Schritt des In-die-Welt-Tretens: Sie wird von der

Puppe zum Menschen (ohne Vagina) – hier noch im rein körperlich-biologischen Sinn. So sind anfangs ihre Beine in Plastikoptik dargestellt. Dann erscheint sie lebensgroß menschlich verkörpert durch Margot Robbie, jedoch in starrer Puppenhaltung, nicht interagierend und noch ganz (Spiel-) Objekt, um sich letztlich, nachdem sie von den Kindern vorsichtig berührt wurde, zur vollständig menschlichen und zur Interaktion fähigen Verkörperung Barbies zu wandeln. Der Entwicklungsprozess Barbies endet schließlich am Ende des Films mit ihrer Entscheidung, in der „Real World“ zu leben, und somit gänzlich zur Person bzw. zum Subjekt zu werden.

4. Barbieland – eine feministische Utopie

4.1 Pink und authentische Künstlichkeit

Nach der Eröffnungsszene tritt zunächst nur das Barbieland in Erscheinung (0:03:38 bis 0:27:27). In einer ersten Sequenz fährt die Kamera aus der Vogelperspektive auf ein pinkfarbenes Wolkenherz zu, in dessen Mitte sich der Blick auf Barbieland heranzoomend öffnet.

Der Schriftzug „Barbieland“ wird erkennbar und die Kamera zoomt weiter in den „i“-Punkt dieses Schriftzugs hinein, in dem Barbies Haus und die unmittelbare Nachbarschaft kreisförmig platziert sind. Die weiteren Buchstaben bilden das Straßennetz der Umgebung. Zug um Zug weitet sich nach der ersten Sequenz in Barbies Traumhaus der Blick. Das eigene Haus, die unmittelbare Nachbarschaft, wenige Straßen und einen Strand – mehr braucht es nicht für das kindliche Spiel mit der Puppe. „Barbieland“ ist in Anlehnung an den Hollywood-Schriftzug in riesigen Lettern auf einer Bergkette zu lesen (0:07:25), was zusätzlich auf diesen Ort als eine Traum- oder Scheinwelt verweist, die wie ein idealisiertes, stilisiertes und surreales Spielzeuguniversum in der Ästhetik des Hyperfemininen wirkt.

Lampen, Tische, Teppiche – kurz alle Einrichtungsgegenstände, Kleidungsstücke und kleinste Accessoires in Barbies Traumhaus sind in poppigen, übersättigten Tönen – inklusive aller Facetten von Pink – gehalten und bilden die visuelle Oberfläche der Barbiewelt. Sogar die Straßen und teilweise sogar die „natürliche“ Umgebung (wie beispielsweise der Sandstrand) sind pinkfarben. Gerwig selbst sprach im Interview mit dem *Rolling Stone* Magazin davon, dass das Set wie ein „dopamine generator“ wirke (Hiatt 2023). Bedeutungsprädispositionen gelten für die starke Helligkeit, die abstrakt „Positives“ impliziert, und den hohen Sättigungsgrad der Farben – hier teilweise auch in fluoreszierender Art – denen die Semantik des Künstlichen anhaftet.

Pink ist die Farbe, die mit Barbie und in noch längerer Tradition mit Weiblichkeit assoziiert wird. Insbesondere in Zusammenhang mit Spielzeug verweist Pink auf Objekte, die für Mädchen gedacht sind und zu einer Mädchenwelt gehören (vgl. Kaufmann 2006: 121). Bereits von Geburt an werden Kinder anhand der „farbliche[n] Zuordnung von blau (männlich) und rosa (weiblich)“ „in eine symbolische Grundordnung“ eines binären Geschlechtssystems eingepflegt (Funk 2024: 13). Pink hat die Zusatzbedeutung „künstlich gefärbt“, „nicht natürlich“, was sich auch aus der Tatsache herleiten lässt, dass der Farbton in der Natur nur selten zu finden ist (Kaufmann 2006: 121). Kontextgebunden positiven Konnotationen wie „kräftig“, „mutig“ oder „extravagant“ stehen eher negative gegenüber, wie zum Beispiel „grell“, „knallig“ oder „schreiend“ (ebd. 128 ff). Oft markiert Pink die Skurrilität im Sinne von „punkig“ oder „poppig“ (ebd. 121), wird aber auch in Verbindung mit „homosexuell“ oder „Homosexuelle betreffend“ verwendet (ebd. 144). Mattel ließ sich die Farbe als „Barbie-Pink“ schützen (vgl. Rendl 2023). Diese stehe, so Unternehmenssprecherin Polsak, inzwischen als „Farbe für Power“ (Frankfurter Rundschau 2019). Für die feministische, Sexismus und Homophobie bekämpfende

Organisation PINKSTINKS dagegen markiert Pink in der pink-blauen Binarität überkommene Geschlechternormen (vgl. Pinkstinks 2015). Es sei aber nicht die Farbe, die „stinke“, sondern die Tatsache, dass sie Mädchen zugeordnet würde, denn dass Mädchen pinkes Spielzeug bevorzugten, sei nicht genetisch bedingt (vgl. Frankfurter Rundschau 2019). Was als typisch weiblich gilt, entstammt gesellschaftlichen und sozialen Rollenzuweisungen, wie beispielsweise schon durch die feministischen Theorien de Beauvoirs schlüssig dargelegt wurde.

Andersartig wie die Puppe selbst ist das Haus der Weird-Barbie, das ähnlich dem Haus aus Hitchcocks *PSYCHO* (1960) abseits auf einem Hügel liegt. Es zeigt eine buntere, variabelere Farbpalette und wird dominiert von geometrischen Strukturen. Das Grundstück ist von einem hohen Zaun begrenzt und das Haus selbst wird zusätzlich von Bäumen umringt, die es vom Rest der Welt abschotten. Nur über eine lange Treppe gelangt man dorthin. Anders als im Rest des Barbielands sammeln sich über dem Haus der Weird-Barbie dunkle Wolken am Himmel und auch das Grundstück steht dem sonst allseits vertretenen Pink mit überwiegenden Grüntönen entgegen. Es wird deutlich gemacht, dass es sich hierbei um einen abgegrenzten Raum innerhalb des Barbielands handelt, und auf die Sonderstellung der Figur verwiesen (vgl. Kapitel 4.3).

Das Artifizielle wird durch die Gestaltung des Barbielands nicht negiert oder kaschiert, sondern in der gesamten Raumgestaltung herausgestellt. Der Film versucht weder, mit digitalen Techniken eine perfekte Illusion zu erzeugen, noch sich von jedem Realitätsbezug zu lösen. Gerwig ließ echte, „physische“ Kulissen bauen, die aber stets die Anmutung der Künstlichkeit des Plastikspielzeug tragen. Selbst die Berge und der Himmel sind keine CGI-Produkte, sondern bemalte Requisiten. Co-Produzentin Robbie erklärte dazu in einem Gespräch mit der *Vogue*, dass sich das Design des Films an alten Technicolor-Musicals orientiert (vgl. Aguirre 2023). So hat Gerwig sich z.B. vom Film *THE RED SHOES* (Powell, Pressburger 1948) inspirieren lassen: „The way that it never pretended to be anything other than on a sound stage. I like that. I like that authentic artificiality“ (Letterboxd 2023, 15:27).

Das Puppenhaus, in dem Barbie wohnt, wurde als pinke Traumvilla in Plastik-Optik nachgebaut und dabei die Proportionen zwischen Spielhaus und Spielpuppen formal realitätsgetreu adaptiert. Um eine „toy quality“ zu erzeugen, haben Produktionsdesignerin Greenwood und Set-Designerin Spencer alle Häuser und jegliches Mobiliar 23 Prozent kleiner entworfen, was dem tatsächlichen Verhältnis von Puppe zum Traumhaus entspricht (iHollywoodTV 2023, 15:39). Aus Barbies Dusche kommt kein echtes Wasser, aus der Milchtüte keine echte Milch – auch dies ist formaler Realismus innerhalb der Fiktion. Wenn Barbie sogar ohne physische Erfahrung beim Trinken der sauren Milch den Mund verzieht oder Ken beim Versuch, sein Können am Strand zu zeigen, gegen die künstliche Wellenkulisse prallt, nutzt der Film dies, um amüsierenden Slapstick zu inszenieren oder Situationskomik zu erzeugen. Hinweisen könnte dies auch auf Gerwigs Absicht, die Künstlichkeit des Barbielands explizit ins Bewusstsein zu heben, um ein

Hinterfragen dieser Welt anzuregen, es der Realität gegenüberzustellen und etwas über die Wirklichkeit auszusagen (vgl. Kapitel 11).

Als fast überartifizell zu bezeichnen ist, dass etwa Heißluftballons in den Reisesequenzen zusätzlich an feinen, aber deutlich sichtbaren Fäden hängen, was tricktechnisch nicht erforderlich gewesen wäre (0:27:15). An einigen Stellen wird das Prinzip der authentischen Künstlichkeit verletzt, als Barbie beispielsweise ihr Kleid im digital hinzugefügten glitzernden Sternennebel wechselt (0:04:46) oder animierte Staubwölkchen zu sehen sind, als sich ihr Auto auf dem Weg in die „Real World“ überschlägt (0:26:13).

Produktionsdesignerin Greenwood vergleicht die BARBIE-Sets mit Dioramen, weil sie aus einer Mischung von 3D- und 2D-Elementen konstruiert wurden und führt dazu aus: „Across Barbie Land, the 50-foot-tall painted sky stretched 800 feet around the studio with 35-foot-tall mountain cutouts set against them. As you get closer to the center of the sets, items become 3-D“ (Allen 2023b). Auch Barbies Traumhaus ist wie die Originalspielzeuge in dieser Art gestaltet. Im Innenraum ihres Kühlschranks beispielsweise zeigt ein Aufkleber Speisen und Getränke, wogegen sich 3-D-Spielzeugversionen der Nahrungsmittel in tatsächlich greifbarer Form in der Kühlschrankzimmertür befinden (0:05:17). Das Barbie-Spielzeug-Sortiment wird dabei in vielfältiger Form originalgetreu und dem Barbieland entsprechend vergrößert in Szene gesetzt. Der Kleiderschrank, aus dem Barbie die Kleidung für den Tag wählt (0:04:44), ist in „packs of clothing“ mit passenden Accessoires arrangiert, die an spielende Kinder denken lässt, die diese aufgeregt aufreißen, um das neue Outfit zu greifen (iHollywoodTV 2023, 1:34). Fast alles in der Barbiewelt ist taktil, so wie es auch Spielzeuge sind.

Das explizite Herausstellen von Künstlichkeit, die Verwendung von Kitsch als zentraler Teil des Diskurses und die ironisch-humoristischen Übertreibungen (zum Teil eher subtil, zuweilen derb und direkt und somit für ein breites heterogenes Publikum geeignet) gehören in BARBIE zu Gerwigs Erzählstil. Selbstreferenziell verweist der Film durch die hervorgehobene Künstlichkeit immer wieder auf sich als Produkt. Gerwig sagt: „It’s about showing the work. I wanted to see that it was authentically artificial – really fake. It’s about kids. It’s a about playing with toys. The language of play has to be part of it“ (60 Minutes 2023, 9:40). Dadurch sind die Zuschauenden an vielen Stellen des Films aufgefordert, zwischen Gesagtem und Gemeintem zu unterscheiden. Ähnliches gilt für die klischeehafte Darstellung von Weiblichkeit (und Männlichkeit), die die folgenden Kapitel untersuchen.

4.2 Weiblichkeitskonstruktion in der feministischen Community

“Every night is girls’ night.” (Ken 0:15:05)

In der ersten Szene in Barbieland erwacht die Protagonistin in ihrem Bett. Mit den folgenden visuellen Sequenzen inhaltlich eng korrelierend, erklingt der Song „Pink“ von Lizzo (Text s. Anhang), der Barbies (Alltags-)Leben und das sich nun

Ereignende beschreibt. Musikalisches Element und visuelle Zeichen heben sich gegenseitig hervor und sind – wie an vielen Stellen des Films – unmittelbar aufeinander bezogen oder eine inhaltliche Kommentierung (vgl. Faulstich 2002: 126).

Die Kamera begleitet Barbie bei Verrichtung ihrer täglichen Routine: beim Aufstehen, Duschen, Anziehen, Frisieren, Einkleiden, In-den-Spiegel-Sehen, die Nachbarinnen lächelnd und winkend Begrüßen und Frühstück. Zu sehen ist die stereotype Barbie, die hier als Basisversion im Sinne der ursprünglichen Puppenkonzeption als Verkörperung eines westlichen Schönheitsideals visualisiert ist und in den Mittelpunkt gerückt wird: dünn, normschön, nicht behindert, blond, cis. Lizzo singt dazu: *“We like all the colors but pink just looks so good on us / P-pretty, I-intelligent, N-never sad, K- cool”* (0:05:45).

Mirrens Erzählstimme aus dem Off erklärt: *„Barbie has a great day every day“* (0:07:59), der unbeschwert, gleichförmig, reibungslos und ereignisarm abläuft. Die Sonne scheint wie an jedem Tag in Barbieland. Alles funktioniert wie von selbst: Der Toast fliegt auf den Frühstücksteller, selbst das Bewegen vom ersten Stock vor die Haustür kann als ein schwereloses Schweben funktionieren, ganz in der Art wie spielende Kinder Puppen bewegen. Barbie lebt allein, ohne Beruf, ohne erkennbares Hobby oder besonderes Merkmal in ihrem eigenen Haus, mit ihrem eigenen Auto den kapitalistischen Wohlstandstraum. Ihre Autonomie und Unabhängigkeit drücken sich nicht zuletzt darin aus, dass sie offensichtlich keinen sozialen Zwängen verpflichtet ist. Das Leben mit der sie umgebenden Welt verläuft in völligem Einklang. Die Häuser haben keine Wände. Gerwig erklärt dies in einem Interview mit dem *Rolling Stone* Magazin: *„You never need to hide because there’s nothing to be ashamed of or embarrassed of“* (Hiatt 2023).

Darüber hinaus verlaufen viele Tätigkeiten des alltäglichen Lebens bei den Barbies synchron. Wenn bei der stereotypischen Barbie das Brot aus dem Toaster hüpfte, kann das Publikum aufgrund der fehlenden Wände erkennen, dass im gleichen Moment dies auch im Nachbar-Traumhaus geschieht (0:05:22). Wenn sich Barbie die Haare bürstet, tut es ihre Nachbarin ihr gleich (0:04:52). Bei der großen Tanzparty tanzen alle Barbies in einer perfekt aufeinander abgestimmten Choreografie. Lediglich Allan und Midge stechen in besonderem Maße aus der Masse hervor, weil sie sich asynchron zum Rest bewegen (0:11:47). Die Barbies fügen sich freudig in die homogene Masse ein.

Als Barbie ziellos mit ihrem Auto das Barbieland durchstreift, begegnet sie anderen Barbies, die mit ihrer täglichen Hauptbeschäftigung vorgestellt werden. Das Dauerlächeln der Frauen, das selbst vermeintlich hart arbeitende Bauarbeiterinnen an den Tag legen, und die beschwingte Musik evozieren eine „feel good“-Atmosphäre. Auch in den folgenden Sequenzen konstruiert der Film eine matriarchal ausgerichtete Welt, die als harmonisch, emotional positiv und sorglos semantisiert ist. Der Alltag in Barbieland besteht hauptsächlich aus Schönheitspflege bzw. dem Wechsel von Outfits, Zeitvertreib am Strand und dem Veranstellen von Hauspartys, den „Girls‘ Nights“, mit Gruppentanz, wie man ihn ähnlich in zahlreichen Bollywoodfilmen beobachten kann. Insgesamt bilden die Barbies eine ausgelassene,

harmonische und oberflächlich miteinander agierende feministische Lebensgemeinschaft.

Neben der bereits beschriebenen „stereotypen Barbie“ tragen auch fast alle anderen weiblichen Figuren in diesem Land den Namen „Barbie“. Die meisten Puppen im Barbieland sind Versionen von Barbie (oder Ken). Sie sind nicht als Individuum zu verstehen, sondern repräsentieren vielmehr eine Vielheit, ein Konzept bzw. eine Idee, deren verschiedene Ausführungen sich unter dem Begriff „Barbie“ oder „Ken“ sammeln. Im Barbieland gibt es nur wenige individuell gezeichnete Figuren, wie zum Beispiel Midge (Emerald Fennell), die von Mattel erstmals 1963 als Barbies beste Freundin verkauft wurde.

Obwohl Barbie grundsätzlich alles sein kann, wird sie nie Mutter werden. Allen Barbies fehlt eine Vagina und auch die Kens sind penislos, wie die stereotype Barbie im Film einigen Bauarbeitern in der „Real World“ erklärt (0:28:42). Auch in der finalen Sequenz des Films wird dies thematisiert. Gleichwohl entschied Ruth Handler, mit Midge eine Barbie mit magnetischem Schwangerschaftsbauch zu vertreiben, die weniger glamourös gestaltet war. Die Puppe war kommerziell ein Misserfolg, ihre Konzeption wurde in Amerika in konservativen Kreisen angefeindet und ihre Produktion 2002 eingestellt (vgl. Robledo 2023). Im Film steht sie bedeutungslos und verloren wirkend hinter einem Zaun. Gerwig erlaubt sich hier einen Verweis auf diese für Mattel eher peinliche Episode.

Viele Barbies werden nur durch die Attribute näher bezeichnet, die sie äußerlich kennzeichnen. Dazu gehören die „Rollstuhl-Barbie“, die „schwängere Barbie“, die „Plus-Size-Barbie“ oder die „Weird-Barbie“. Die meisten Barbies in Barbieland aber gehen einem Beruf nach. Jede Barbiepuppe hat eine Bestimmung, die sich auch durch ihr Design definiert: Sie sind Müllfrauen-Barbies, Postbotinnen-Barbies und Bauarbeiterinnen-Barbies – aber auch Präsidentin-Barbie, Juristinnen-Barbies, Physikerinnen-Barbies und Ärztinnen-Barbies. Zudem sind sie als Nobelpreisträgerinnen inszeniert und besetzen alle zwölf Sitze im Obersten Gerichtshof. Dies geht konform mit Mattels Narrativ von Barbie und folglich allen Frauen, die alles erreichen können: Alle relevanten Funktionen in Politik und Berufswelt werden von Frauen besetzt. Fast jede Barbie hat einen Job und ist in der Lage, sich ein eigenes Auto und eine eigene Barbie-Villa zu leisten, womit zumindest ein kapitalistisch geprägtes, konsumorientiertes Ideal von Freiheit und Unabhängigkeit erreicht scheint.

Gleichwohl oder gerade weil in Barbieland nicht im eigentlichen Sinne gearbeitet wird, gibt es keine Klassenunterschiede. Es existiert noch nicht einmal ein erkennbarer Zusammenhang zwischen Qualifizierung und beruflichem Erfolg. Die Barbies erwecken zwar den Eindruck, Jobs auszuführen, aber eine tatsächliche Funktion haben sie nicht. Ihr Leben in der Spirale aus perfekten Tagen befindet sich eigentlich in einem Zustand des Stillstandes. Nichts wird wirklich gebaut, beschlossen oder entdeckt.

In Barbieland herrschen Inklusion und Diversität. Neben der körperbehinderten Barbie sind unterschiedliche Ethnien und queer codierte Figuren repräsentiert. Die

Präsidentin ist eine PoC, eine der Ärztinnen eine Transfrau. Allerdings fehlen in Barbieland alte Frauen, Mädchen sowie kranke oder pflegebedürftige Frauenfiguren und damit wichtige Elemente einer vielfältigen Gesellschaft. Gerwig selbst beschrieb es gegenüber dem *Rolling Stone* Magazin als einen Ort "with no death, no aging, no decay, no pain, no shame" (Hiatt 2023). Folglich kann es in Barbieland keinen Raum für Depression, Selbstzweifel oder echte Gefühle geben. Das Dauerlächeln der Barbies, das vom Publikum als Glücklichein gelesen wird, ist eigentlich das Lächeln, das Puppen fest und unveränderlich ins Plastikgesicht geschrieben ist.

Endlichkeit, wie sie uns in der wirklichen Welt angesichts des Klimawandels und der geopolitischen Konflikte derzeit täglich bewusst wird oder sich allein aus der Tatsache ergibt, dass Menschen sterblich sind, spielt in Barbies Welt keine Rolle. Den Tod als elementarste Grenze, dem das ganze menschliche Sein unterworfen ist (vgl. Orban 2003:52f), brauchen die Barbies nicht zu fürchten. Einen perfekten Tag kann jedoch nur jemand erleben, der auch „normale“ Tage kennt. Glück kann nur empfinden, wer auch Unglück erfahren hat (vgl. Kants Paradox: „Der Schmerz ist der Stachel der Tätigkeit und in dieser fühlen wir allererst unser Leben; ohne diesen würde Lebllosigkeit eintreten“ (Kant 1798: 551)). Solche Ambivalenzen sind in Barbieland nicht repräsentiert. Alt/jung, arm/reich oder unglücklich/glücklich – zwischen solchen Dichotomien ereignet sich menschliches Leben. Diese fehlen in Barbies Universum und lassen es als künstlich und nicht realitätsreferenziell erscheinen.

Barbies Welt ist eine Welt in Gleichförmigkeit (*"It is the best day ever. So was yesterday, and so is tomorrow, and every day from now until forever"* (0:13:30)), ohne Veränderung und Entwicklung. Änderungen werden gefürchtet, nicht gefördert (Barbie: *"I've only ever wanted for everything to stay exactly as it is"* (0:22:02)). Der Film dekonstruiert die vermeintliche Perfektion des Barbielandes, indem Barbie nach Kontakt mit der „Real World“ dem menschlichen Leben mit der ganzen Facette an menschlichen Emotionen letztlich den Vorzug gibt.

Die stereotype Barbie wird von allen geliebt, unterhält aber keine echten, tiefergreifenden Beziehungen zu den anderen Barbies. Entsprechend oberflächlich sind Interaktion und Kommunikation unter den Barbies, und zwar nicht nur, weil es sich in der Kohärenz des Films eigentlich um die Dialoge der mit Barbies spielenden Kinder handeln müsste. Obwohl die Barbies den Körper einer erwachsenen Frau besitzen, gleicht ihr geistiger Horizont eher dem eines Kindes. Kindlich unbedarft, naiv und in Teilbereichen unwissend, orientieren sich die Dialoge an der Sprache und den Denkmustern von Kindern (z.B. *"Can I sit in the front?"* (0:26:45)). So wird beispielsweise Ken in kindlicher Manier ungeduldig an der Bushaltestelle (30:07), Barbie und er verstehen nicht das erotische Versprechen einer gemeinsam verbrachten Nacht (00:14:37) und Barbie imitiert typische Phrasen, die Kinder von ihren Eltern hören: *"Don't go far"* (00:30:26).

Im Barbieland hat Barbie kein Innenleben, keine näher bezeichnete Identität und keine Möglichkeit, eine Persönlichkeit zu entfalten. Sie ist letztlich Körper ohne Seele und weniger Subjekt denn Objekt. Dies könnte auch ein

unausgesprochenes Motiv für den Entschluss sein, die Plastikwelt zu verlassen. Die Möglichkeit, Glück und Unglück zu empfinden und damit zur unabhängigen, emanzipierten Persönlichkeit mit eigener Subjektivität zu werden, realisiert sich für Barbie erst am Ende des Filmes mit ihrem Entschluss, Mensch zu werden.

4.3 Weird-Barbie

„*Why is she always in the splits?*“ (Barbie 0:19:16)

Gerwig erzählt auch vom Umgang mit dem Andersartigen in dieser überwiegend homogenen feministischen Lebensgemeinschaft. Die Weird-Barbie (Kate McKinnon, selbst eine bekennend queere, lesbische Schauspielerin) nimmt eine Sonderrolle ein und wohnt auch räumlich separiert von den anderen. In ihrem Haus leben zusammen mit Sugar-Daddy-Ken, Earring-Magic-Ken, Barbie-Video-Girl und Growing-Up-Skipper viele von Mattels eingestellten Spielzeugen. Dadurch erscheint sie als eine Art Unterstützerin der Außenseiterinnen und Ausgestoßenen. Weird-Barbie gilt als seltsam und schon deshalb anders, weil Kinder zu rabiät mit ihr spielen, sodass sie jetzt geschnittene Haare sowie kaputte, unnatürlich biegsame Beine hat und Farbstiftspuren am ganzen Körper trägt. Der Film illustriert dies, indem das Barbieland kurzzeitig verlassen und mit Einblendungen vom derben Spiel mit der Barbiepuppe in der „Real World“ erzählt wird. Die Spielerfahrung des Publikums, die Gewalt einschließt und somit die harmonische Barbiewelt als idealisiert erscheinen lässt, wird hier adressiert. Die Weird-Barbie ist äußerlich der asymmetrische Gegenentwurf zur Makellosigkeit der stereotypen Barbie. McKinnon ging noch einen Schritt weiter und bezeichnete in einem Interview die von ihr verkörperte Figur so: „*[S]he [...] is like a shaman figure and the keeper of everyone’s hidden weirdness*“ (iHollywoodTV 2023, 5:57).

Die Tatsache, dass Kinder mit Weird-Barbie aktiv physisch spielten und sie dabei optisch veränderten, verweist sichtbar auf ihre direkte Verbindung zur „Real World“. Sie hat damit auch mehr als alle anderen Barbies so etwas wie Lebenserfahrung, sichtbare Vergangenheit und eine Art spirituelle Verbindung mit der wirklichen Welt oder zumindest der Welt der spielenden Kinder darin. Die Weird-Barbie verändert sich und wird „alt“, weil sie verbraucht bzw. benutzt wird. Gerade wegen dieser Veränderungen und den sichtbaren Spuren von Leben ist sie die „lebendigste“ Puppe, gleichzeitig aber auch Außenseiterin in einer Umgebung, in der Veränderung negativ konnotiert ist. Von den anderen Barbies wird die Weird-Barbie diskriminiert, belächelt und ausgegrenzt, weil sie nicht der ästhetischen Norm und dem statischen Perfekt-Sein entspricht. Dies geschieht nach der Art wie es nicht nur, aber auch Kinder tun – eher unreflektiert und mit Ablehnung auf das Andersartige reagierend. Gerwig liefert mit der Weird-Barbie auch eine Beschreibung dessen, was Menschen in der realen Welt widerfährt, die „jenseits einer heteronormativen Matrix“ stehen (Bee et al. 2023).

Die Weird-Barbie gilt bei den anderen Barbies aber gleichzeitig als weise, weil diese über wenig Wissen darüber verfügen, wie das Leben in Barbieland mit der „Real World“ zusammenhängt. Nicht zuletzt aufgrund dieser Tatsache kommt der Weird-Barbie für den gesamten Handlungsverlauf eine zentrale Bedeutung zu. Sie schickt nicht nur die stereotype Barbie auf die Reise in die „Real World“, sondern hilft allen Barbies, ihre Welt zurückzuerobern und die Notwendigkeit zu erkennen, die gesellschaftlichen Normen im Barbieland zu ändern. Da es Gerwig auch bei dieser Figur darum geht, Frauen zu empowern, beschließen die Barbies gegen Ende des Films, sie intensiver an ihrem Leben teilhaben zu lassen. Die Präsidentin entschuldigt sich stellvertretend für alle Barbies: *“Sorry, that we called you Weird Barbie behind your back and also to your face”* (1:18:16).

4.4 Der Mann als weibliches Accessoire

„She's everything. He's just Ken.” (Warner Bros. Filmplakat)

Die binäre Geschlechterordnung ist kein entscheidendes Bezugssystem im kindlichen Spiel mit der Barbiepuppe. Gleiches gilt in der feministischen Welt des Barbielands (Barbie: *„That's because Ken is totally superfluous”* (0:56:09)). Das Frau-sein steht im Mittelpunkt. Männer sind in den ersten Sequenzen nicht einmal physisch präsent und erscheinen als Randerscheinung, wenn vom feministischen Leben erzählt wird. Für Barbie macht es keinen Unterschied, ob Ken existiert oder nicht. *„Barbie has a great day every day, but Ken only has a great day, when Barbie looks at him”*, kommentiert Mirren dessen Standing (0:08:03).

Analog zu den Barbies tragen fast alle Männer den Namen „Ken“. Mit Allan erscheint nur eine singuläre männliche Puppe als Nebencharakter, eine vergleichsweise unbekannte Puppe in Mattels Puppensortiment. Exponiert erscheint andererseits die von Ryan Gosling verkörperte Ken-Version, die vorrangig mit der stereotypen Barbie interagiert.

Alle Kens existieren nur im Verhältnis zu den Barbies. *“I just don't know who I am without you”*, beschreibt Ken seine Rolle (1:34:21). Die Kens wirken unsicher und unselbstständig; ihre Gedankenwelt wird von den Barbies bestimmt. Simone de Beauvoirs (2005: 12) berühmter Satz „Er ist das Subjekt, er ist das Absolute: sie ist das Andere“ kann hier mit umgekehrten Vorzeichen auf Ken übertragen werden. Wo in der Realität Männer mehr Macht als Frauen innehaben, besetzen Frauen diese Positionen im Barbieland. Wirft de Beauvoir der männlich dominierten Gesellschaft vor, vieles so auszurichten, „als sei der Mann der eigentliche Mensch und die Frau eine Sondervariante davon, eine Art Minderheit, die man nicht zum ‚Normalfall‘ rechnen muss“ (Stokowski 2019: 8), so trifft dies in BARBIE auf Ken zu. Er ist in Barbieland „das Andere“; er ist „... and Ken“ (so steht es auch auf seinem Polizeifoto (0:29:28)) und das verweist auf seinen Status als Anhängsel und nicht vollwertiges Individuum.

Im pinken Traumland herrschen die Barbies, während den Kens ein unbedeutendes Dasein am „Beach“ zugeordnet ist, das sich erst mit Sinn füllt, wenn die Barbies ihnen Aufmerksamkeit zuteilwerden lassen. Zu sagen haben sie nichts. Es bleibt sogar offen, wo sie leben und schlafen (Sasha: *“Where do the Kens stay?”*, Barbie: *“I don’t know”* (0:58:31)). Ihnen ist die Rolle zugewiesen, die Barbies zu bewundern. Beständig sind sie bemüht, deren Aufmerksamkeit zu erhaschen. Darin liegt das Eindimensionale ihres Wesens. Den Kens kommt so folglich eher die Rolle des Beobachtens zu als die des aktiven Handelns. Aktivität entfalten sie zu meist nur nach Aufforderung durch die Barbies. Beach-Ken äußert: *„That’s why I was created. I only exist within the warmth of your gaze“* (01:34:34). Dies umschreibt sein starkes Abhängigkeitsverhältnis gegenüber Barbie.

Durch das ständige Gefallen-Wollen befinden sich die Kens untereinander in einem ständigen Konkurrenzkampf um die Gunst Barbies. Sie buhlen um Anerkennung und können aufgrund dessen nicht ihr eigenes Potenzial erkennen und entwickeln. Gerwig beschreibt dies in einem Interview: *„He [Ken] has no identity outside her“* (60 Minutes 2023, 5:48). Angeberei, Selbstinszenierung, Imponiergehabe und die Bereitschaft, Konflikte körperlich auszutragen, spielen beim Konkurrenzverhalten der Kens eine gewichtige Rolle. So ist Beach-Ken im Streit sofort bereit, einen anderen Ken (Simu Liu) zu schubsen (0:09:43). Letzterer will Barbie auf der „Girls’ Night“ mit den Worten *„Hey Barbie. Check me out!“* (0:13:05) beeindrucken und äußert gegenüber Beach-Ken: *„Bet you can’t do a flip like that“* (0:13:10). Beschrieben sind damit Klischees, die für spielende Jungen gelten. Auch die Wortwahl im Dialog der Kens ist unverkennbar kindlicher Jargon, was belustigend wirkt, weil er von erwachsenen Männern benutzt wird.

Gerwig lässt die Kens aber auch konträr zu stereotypisch männlichen Verhaltensmustern agieren. So fungieren die Kens am Strand als Cheerleader für die Volleyball spielenden Barbies und finden sich damit in einer Rolle wieder, die im amerikanischen Sport traditionell eindeutig Frauen zugewiesen ist. Gerwigs Film reproduziert fortwährend Weiblichkeitsklischees und geschlechterstereotype Verhaltensweisen in Alltagssituationen, parodiert sie aber zugleich. Ebenso werden toxische Männlichkeitsvorstellungsvorstellung in *BARBIE* angesprochen, wie beispielsweise die „Boys don’t cry“-Kultur, in der von Männern zur Schau gestellte Gefühle und offene Verletzlichkeit als wenig männlich und attraktiv apostrophiert werden. Ken singt: *„Am I not hot when I’m in my feelings?“* (01:28:33) und Barbie muss ihm tröstend versichern: *„It’s okay, if you’re crying“* (1:32:53).

Während vielen Barbies durch ihre näheren Bezeichnungen oder Hauptmerkmale bestimmte Funktionen zugewiesen sind (Postbotinnen-Barbie, Präsidentin-Barbie etc.), ist außer Goslings Ken (Beach-Ken) kein Ken näher bezeichnet. Obwohl sowohl Barbies als auch Kens kaum individuelle Wesenszüge zeigen, erscheinen die Barbies im Vergleich mit den eher unscheinbaren Kens in der Regel äußerlich differenziert und gestylt. Dies wird besonders in der Tanzszene der „Girls’ Night“ augenfällig, in der alle Kens neben den glamourösen Barbies in schlichten,

weißen, mit dem Buchstaben „K“ versehenen Overalls zu sehen sind, womit ihre Bedeutungslosigkeit markiert ist.

Darüber hinaus zeigt sich in dieser Szene, dass die Kens zwar Teil der auf Synchronität ausgelegten Gemeinschaft sind, zumal sie sich in den Fluss der Choreografie eingliedern und nicht auffallen wie Allan, jedoch entsteht insbesondere dadurch für sie ein Leidensdruck. Teil der Masse zu sein läuft Beach-Kens Ziel zuwider, hervorstechen und Barbies Aufmerksamkeit zu erregen. Er muss der Choreografie folgen und tatenlos und sichtlich unglücklich mitansehen, wie sich stattdessen ein anderer mit Flickflacks Barbies Aufmerksamkeit sichert. Beach-Ken selbst ist an einen Platz am Boden verwiesen, weil die gemeinschaftliche Tanzeinlage es so erfordert (00:13:02) und findet fast symbolisch keinen Raum, nach seinen Vorstellungen zu handeln und sich zu entfalten.

In der Strandsequenz steht Beach-Ken wie eine abgestellte Puppe, die bei Bedarf ins Puppenspiel einbezogen wird, regungslos und verloren am Strand. Er beherrscht nichts außer „Strand“. Dies bedeutet in seinem Fall nur „am Strand sein“, „im Sand stehen“ oder „Wellen beobachten“, nicht jedoch als Rettungsschwimmer oder Badeaufsicht tätig sein. Es geht also mehr um ein „Erscheinen“ als um ein „Handeln“, welches den Barbies vorbehalten ist. Ken selbst stellt dies klar, nachdem er sich beim Versuch, Barbie mit seinen Surffähigkeiten zu beeindrucken, an der Wellenattrappe verletzt hat (0:10:38). Die stereotype Barbie reagiert verständnisvoll. Sie unterhält ein oberflächliches, stets eher distanzierendes, aber freundliches Verhältnis zu „Beach“-Ken. Während er sich permanent um sie bemüht, duldet sie ihn eher wie jemanden, der irgendwie dazugehört, aber nicht von echtem Interesse ist. Davon zeugen Dialoge wie folgender: Ken: *„Hey, Barbie, can I come to your house tonight?“*- Barbie: *„Sure. I don't have anything big planned. Just a giant blowout party with all the Barbies and a rehearsed choreo and the right song. Come over!“* (0:10:59). Obwohl sie im wahrsten Sinne füreinander gemacht sind, ist Ken allenfalls so etwas wie ein lockerer platonischer Freund für die stereotype Barbie, was der ursprünglichen Mattel-Konzeption des Paares entspricht und die Spielgewohnheiten von Mädchen widerspiegeln dürfte.

Die konsequente, in sich schlüssige Übersetzung der Spielzeugwelt ins Barbie-land beinhaltet, dass weder Ken noch Barbie über Genitalien verfügen. Somit ist ein wechselseitiges sexuelles Verlangen grundsätzlich ausgeschlossen. Sowohl Barbie als auch Ken sind eigentlich asexuell, auch wenn grundsätzlich Sex auf sie projizierbar ist, was Barbie in der „Real World“ deutlich zu spüren bekommt. Beach-Ken aber entwickelt so etwas wie diffuses sexuelles Verlangen, das sich jedoch im Dialog mit Barbie recht unklar artikuliert: Ken: *„I thought I might stay over tonight.“*- Barbie: *„Why?“*- Ken: *„Because we're friends.“*- Barbie: *„To do what?“*- Ken: *„I'm actually not sure.“* (0:14:38). Unbeholfen versucht er, Barbie zu küssen. Sie kann diese Annäherung nicht deuten und verharret regungslos und indifferent. Ken möchte permanent eine Nähe zu Barbie aufbauen, wenn nötig auch im Rahmen patriarchaler Machtausübung, wie sich nach Errichtung von Kendom zeigt. Letztlich ist er dadurch deutlich mehr Subjekt als Barbie, denn der Wunsch nach

Bindung oder Liebe ist in ihm lebendig (vgl. Bee et al. 2023). Während Barbie mit ihrem perfekten Leben im Einklang ist, ist Ken ständig auf der Suche nach Bestätigung. Das Motiv Kens für die Suche nach einem Ziel und Antrieb seines Handelns könnte also darin liegen, dass er weder Beruf, Bestimmung oder Identität besitzt, keine Anerkennung erfährt, aber Bindungen herstellen will.

Als Kontrast zu allen Kens erscheint in wenigen Szenen Allan (Michael Cera). Die Puppe wurde 1964 von Mattel veröffentlicht und als Midge's Ehemann und werdender Vater ihres ungeborenen Kindes vermarktet, geriet aber in Vergessenheit, nachdem Midge seit 2002 nicht mehr produziert wurde (vgl. Robledo 2023). Gerwig belebte ihn möglicherweise als Gegenentwurf zu den „Macho“-Kens wieder. Allan wirkt fast effeminiert, unscheinbar, isoliert und ein wenig verloren, da er weder zu den Barbies noch zu den Kens gehört. Im Verlauf des Films schließt er sich den umstürzlerischen Aktionen der Kens nicht an und hilft den sich wehrenden Barbies. Mit ihm ist in Barbieland ein anderes Konzept von Männlichkeit repräsentiert, das – so eine mögliche Aussage des Filmes – hier wie auch in der wirklichen Welt vorkommt, aber in beiden Welten eher eine Randerscheinung darstellt. Irritierend bleibt allerdings, dass der eigentlich alternative Männlichkeitsvorstellungen transportierende Allan gängigen maskulinen Klischees entspricht, wenn er sich körperlicher Gewalt bedient, um eine Auseinandersetzung mit einer Gruppe von Bauarbeitern zu führen (1:09:43).

4.5 Existenzielle Angst im Paradies

“You guys ever think about dying?” (Barbie 0:13:35)

Während einer rauschenden „Girls' Night“ tanzt die stereotype Barbie mit den anderen Barbies und Kens ausgelassen, wird aber durch einen plötzlich unvermittelt auftretenden Gedanken an die eigene Sterblichkeit aus ihrem sorglosen Leben gerissen. *„You guys ever think about dying?“* (0:13:37), entfährt es ihr. Dieser harte Bruch wird auch durch das abrupte Aussetzen der Musik angezeigt. Barbie ist irritiert und erschrocken über sich selbst. Ihr Umfeld verrät durch verstörte Blicke und das Einfrieren aller Bewegungen die Ungeheuerlichkeit dieses Satzes, der im Kontext des Endlichkeit ausschließenden Barbielands keinen Platz haben kann. Barbies sind schließlich Konstrukte ohne ein Ende, wie es auch Ruth Handler zu Barbie sagt, als diese im Begriff ist, ihr Puppen-Dasein aufzugeben: *„Ideas live forever“* (1:42:27). Der Tod ist der verändernde Faktor, mit dem die bestehende Ordnung im Barbieland zu bröckeln beginnt. Die Todesgedanken markieren den Einbruch des Realen ins Barbieland.

In gleicher narrativer Struktur wie beim ersten wird auch vom zweiten Tag im Barbieland nach Art eines Zeitschleifenszenarios erzählt, was die sich ereignenden Veränderungen und „Ausfallerscheinungen“ besonders augenfällig kennzeichnet. Die stereotype Barbie beginnt ihre Alltagsroutine zu Klängen von Lizzos „Pink“ (mit leicht verändertem Text: *„Pink/P-panic/I-I'm scared/ N-nauseous/K-death“*

(0:16:42)), doch erkennt sie nun ihre Welt als dynamisch und verändert: Sie hat Mundgeruch, der Toast ist verbrannt und die Milch ist sauer geworden. Anstatt zu schweben, stürzt sie hart von ihrem Traumhaus. Ihre High-Heel-Füße werden flach, was sie selbst und die anderen Barbies mit Entsetzen quittieren. Schließlich entdeckt Barbie beginnende Cellulite, was nur eine perfekte Version von Frau, in deren Welt körperlicher Verfall ausgeschlossen ist, derart existentiell ängstigen kann.

Die stereotype Barbie konsultiert wegen dieser Anomalien und existentiellen Ängste die Weird-Barbie, die ihr erklärt, dass sie in die „Real World“ gehen muss, um die Wahrheit über das Universum zu erfahren (0:22:26). Sie klärt auch darüber auf, wie Barbieland und Wirklichkeit zusammenhängen: Weil ein Mädchen in der „realen“ Welt, das mit ihr als Puppe spielt, ein gravierendes emotionales Problem hat, wirkt sich dies über eine Art mentaler Verbindung auch auf sie aus. Barbie soll eine Reise dorthin antreten, um diesem Mädchen und damit sich selbst zu helfen. Von der Weird-Barbie wird sie in einer Szene, die auf den Film *MATRIX* (Wachowskis, 1999) anspielt, vor die Wahl gestellt: Sie hat sich zwischen den pinken High Heals, sinnbildlich für das schillernd perfekte Barbieland, und den Sandalen, symbolisch für die glanzlose, nüchterne Realwelt, zu entscheiden. Barbie fasst kindlich-impulsiv den Entschluss, in Barbieland bleiben zu wollen. Weird-Barbie jedoch insistiert auf die Reise („*No, we'll do a re-do*“ (0:22:35)) und so fügt sich die stereotype Barbie schließlich mit der Aussicht, ihre Perfektion wiederzuerlangen und die heile Barbiewelt wiederherstellen zu können. Im Handlungsbogen der Narration kommt dieser Entscheidung eine tiefere Bedeutung zu, da sich nur in der Konfrontation mit der „Real World“ eine Identitätsfindung und Subjektwerdung ereignen kann.

Gerwig erklärt die Unvermeidlichkeit dieser Reise gegenüber dem *Rolling Stone* Magazin auf zweierlei Art. Sie verweist einerseits auf das religiöse Motiv „Paradies“ als idealem Ort menschlichen Seins, das sich in Barbieland für die Frauen realisiert, aber nicht ewig wahren kann: „This is an old story. It's in a lot of religious literature. What happens to that person? They have to leave. And they have to confront all the things that were shielded from them in this place“ (Hiatt 2023). Zum anderen geht es darum, einer Plastikpuppe zu echtem Leben zu verhelfen und Barbie damit in ein neues Licht zu rücken: „Because it's the antithesis of something that's frozen. It's ever-changing and decaying and becoming beautiful in its falling apart. And that's the opposite of what we think of Barbie“ (ebd.).

Während Barbie ihre Reise mit dem Auto antritt, erklingt das Lied „Closer to fine“ von den Indigo Girls (1989; Text s. Anhang), das von ihr lauthals mitgesungen wird. Inhaltlich geht es darum, in den Wirrungen des Lebens auf der Suche nach der Wahrheit keine einfachen Antworten finden zu können: „*There's more than one answer to these questions / pointing me in a crooked line / and the less I seek my source for some definitive / closer I am to fine*“. Der Song erzählt von einer emotionalen Reise, bei der verschiedene Orte aufgesucht werden („*And I went to the doctor, I went to the mountains / I looked to the children, I drank from the*

fountains"), um etwas über sich selbst zu lernen und darüber, wo man hingehört (vgl. Laguerre-Lewis 2023). Barbie besingt das Kommende, das einem „dem Guten immer näher“ bringt. Dies birgt eine Vorahnung für die Zuschauenden (ebd.). Sie selbst ist innerdiegetisch eigentlich noch nicht in der Lage, derart zu reflektieren. Ken begleitet Barbie auf ihrer abenteuerlichen Reise, bei dem beide etwas über Geschlechterungleichheit und soziale Probleme erfahren, die damit in Beziehung stehen. Die utopisch übersteigerte Version von Weiblichkeit gerät nun in harte Auseinandersetzung mit der patriarchalen Wirklichkeit.

5. Konfrontation mit der „Real World“

5.1 Begegnung mit dem Patriarchat

„*Everything is almost like reversed here.*“ (Ken 0:29:12)

In Venice Beach (Los Angeles, Kalifornien) treten Barbie und Ken in Resonanz mit der „Real World“. Das Artifizielle des Barbieland-Sets ist verschwunden. Die grelle, neonfarbene Rollerblading-Bekleidung lässt die beiden Protagonisten umso mehr als Fremdkörper in dieser Welt erscheinen. Obwohl beide eine körperbetonende Kleidung tragen, wird nur Barbie als attraktive Frau von Männern angegaft und mit sexueller Belästigung, Diskriminierung und Misogynie konfrontiert. Gerwig beschreibt in einem Interview mit *The View*, dass sich bei den in der Öffentlichkeit stattfindenden Dreharbeiten zu dieser Szene ein ganz ähnliches Gefühl bei den Akteuren einstellte, womit deutlich wird, wie nah sich der Film in dieser Sequenz an der Realität bewegt: „It was surreal because we were shooting this fiction and then [...] people were noticing Ryan Gosling and Margot Robbie [...] everyone who went by Ryan would high-five him [...] and they’d like look her up and down and then move on“ (The View 2023, 5:45).

In der Realwelt werden Verhaltensweisen im heterosexuellen Kontext thematisiert, die im Barbieland keine Rolle spielen. Barbie erfährt also sehr unmittelbar Sexualisierung und Objektivierung und ahnt, was es bedeuten kann, in der patriarchal strukturierten „Real World“ als „echte“ Frau leben zu müssen. Sie reagiert darauf verunsichert („*I feel kind of ill at ease*“ (0:28:10)), fühlt sich bedrängt („*Mine very much has an undertone of violence*“ (0:28:11)) und beginnt, sich selbst zu reflektieren („*I’m conscious, but it’s myself that I’m conscious of*“ (0:28:16)). Sie hat zu lernen, die sexualisierte Realwelt zu lesen. Eine große Schautafel mit Kandidatinnen eines Miss Universe–Wettbewerbs, die exemplarisch dafür steht, dass Frauen in der realen Welt oft auf ihr Äußeres reduziert wahrgenommen werden, wird von Barbie als ein Bild vom Obersten Gerichtshof fehlgedeutet. Dies trägt ebenso zum Humor des Films bei wie der Versuch Barbies, „weibliche Energie“ auf einer Baustelle zu erhalten, was scheitert, denn hier arbeiten Männer, die ihr mit anzüglichen Bemerkungen begegnen. Als ein Mann sogar körperlich übergriffig wird und ihr auf das Gesäß schlägt, wehrt Barbie sich handgreiflich. Dies hat zur Folge, dass sie sich zusammen mit Ken auf einer Polizeiwache wiederfindet. Irritiert über die Ereignisse und kindlich-naiv schlussfolgernd, dass ihre Kleidung möglicherweise ursächlich damit zusammenhängt, beschließt sie, diese zu wechseln. Da sie nicht bezahlt, wird sie erneut verhaftet. Auch bei den Polizeibeamten, Repräsentanten der gesellschaftlichen Ordnung, muss Barbie Anzüglichkeiten erdulden. Anfangs orientierungslos und nur über den arglosen Blick eines Kindes verfügend, erkennt sie zunehmend, dass in der „Real World“ die Machtverhältnisse andere sind als im Matriarchat des Barbielands.

Ken andererseits fühlt sich im positiven Sinn in der Realität wahrgenommen, empowert („*I feel what could only be described as admired.*“ (0:28:20)) und von

der ungewohnten Beachtung seines Geschlechts zutiefst beeindruckt. Noch im Barbieland wusste Ken nicht, wer er ohne Barbie ist, und auch in der „Real World“ ist sein Verhältnis zu ihr anfangs von deutlicher Abhängigkeit geprägt: „*Can I go that way?*“ (0:30:15). „*Don't go far!*“ (0:30:26), lautet Barbies Antwort im Tonfall einer Erwachsenen, die mahnend mit einem kleinen Jungen spricht. Kommt ihm also in der femininen Utopie nur eine Nebenrolle zu, erfährt er, dass ihm in der Realwelt - allein ob der Tatsache, ein Mann zu sein - Respekt gezollt wird („*Excuse me, sir!*“ (0:30:32), „*Thanks, man!*“ (0:30:33)). Schon die beiläufige Frage nach der Uhrzeit lässt ihn vermuten: „*You respect me!*“ (0:41:42).

Beim Erkundungsgang erlebt Ken eine von Männern dominierte Gesellschaft, die ihre Männlichkeit zelebrierend herausstellt. Ironisch überzeichnet zeigt Gerwig in schneller Abfolge typische Insignien der Männlichkeit und traditionelle maskuline Verhaltensklischees: Männer in betont männlicher Kleidung, Sportler nach dem Workout mit kumpelhaftem Handschlag, überhebliche Anzugträger, die mit einer herabwürdigenden Geste weibliche Angestellte zurückweisen, protzige Autos und berittene Polizisten mit dunklen Sonnenbrillen. Ein Verweis auf die Vergangenheit und ihre männlichen Ikonen im Sport („Rocky“ Sylvester Stallone) oder der Musik (John Travolta) sowie die ausschließlich männlichen Präsidenten veranschaulichen die patriarchalen Strukturen Amerikas.

Ken ist zunehmend fasziniert und auf Nachahmung erpicht. Denn während im Barbieland derartiges Gebaren (Selbstinszenierung, permanenter Konkurrenzkampf, Gewaltbereitschaft) geächtet war, ist es hier akzeptierter Teil der kulturellen und gesellschaftlichen Realität. Gegenüber Barbie spricht er aus, was er gelernt hat: „*Men rule the world*“ (0:33:57). Als wolle er sein Wissen darüber vertiefen, besucht er eine Bücherei auf der Suche nach Literatur über männliche Machtausübung („*Why men rule*“ (0:41:41)), Kriege, Lastwagen und Pferde, kurz alles, was er mit dem Patriarchat in Verbindung bringt.

Ken glaubt nun, die Welt stünde ihm offen und er könne hier, wie Barbie im Barbieland, alles sein, nur weil er ein „Mann“ ist. Er fragt nach gut dotierten Jobs mit Einfluss, muss aber zur Kenntnis nehmen, dass dies in der „Real World“ an Qualifikationen gebunden ist. Von einem männlichen Passanten erfährt er, dass ein subtileres Vorgehen nötig sei, um in der Arbeitswelt Ungleichbehandlungen zwischen Männern und Frauen erfolgreich zu verstecken. Spätestens als er auf der Suche nach einem Job sogar am Strand, seiner vermeintlichen Kernkompetenz, zurückgewiesen wird, weil er nichts außer Herumstehen kann, beschließt er, sich zu radikalieren und im Barbieland ein Patriarchat zu errichten.

Wenngleich sowohl Barbie als auch Ken nach Identität suchen, verlaufen die beiden narrativen Stränge der Hauptfiguren zunächst diametral. Während Barbie ihre unschuldige Unbekümmertheit in der misogynen Realwelt verliert und verunsichert ist, blüht Ken auf und wird durch die patriarchalen Verhältnisse ermächtigt.

Andererseits gibt es unverkennbare Parallelitäten zwischen Barbieland und der „Real World“: Im Matriarchat des Barbielands sind Männer machtlos, abhängig vom anderen Geschlecht und gesellschaftlich benachteiligt; im Patriarchat sind es

auf gleiche Weise die Frauen. Die filmische Umkehrung der Machtverhältnisse stellt Gerwig humorvoll zur Schau und beschreibt dabei mit den Kens auf ungewöhnliche, aber ernsthafte Weise, welche Rolle weibliche Personen nach patriarchalen Vorstellungen zu bekleiden haben. Ken bringt es auf den Punkt, wenn er feststellt: „*Everything is almost like reversed here*“ (0:29:15).

5.2 Barbie und Mattel

„*Please, call me mother.*“ (Mattels CEO 1:37:58)

Das Spielzeug-Unternehmen Mattel ist nicht nur Lizenz- und Geldgeber des Filmprojekts, sondern an verschiedenen Stellen im Film auch Ort und agierender Teil der Handlung. Die erste Sequenz, in der Mattel direkt repräsentiert ist (0:34:27–0:38:22), beginnt mit der Darstellung des Firmengebäudes, das in Untersicht-Perspektive gezeigt wird, um das Unternehmen als übergroß und mächtig zu inszenieren. Es ist ein Extremraum innerhalb der „Real World“, in dem sich patriarchale Machtstrukturen in besonderem Maße ballen.

Die Nachricht von Barbies und Kens Aufenthalt in der Realwelt erreicht Mattel. Allein die Tatsache, dass sich auch das FBI mit diesem Fall befasst, zeugt von der vermeintlichen Bedeutsamkeit dieses Ereignisses. Die Skipper-Barbie, einer unwichtigen Randerscheinung im Puppenuniversum, hatte schon einmal eine Art Präzedenzfall ausgelöst. Barbies Erscheinen könnte ungleich schwerwiegendere Auswirkungen auf die Realwelt haben, wie der CEO Mattels wenig später mutmaßt und fordert: „*No one rests until this doll is back in a box*“ (0:38:15).

In einer Splitscreen-Einstellung sind ein FBI- und ein Mattel-Großraumbüro in gleicher Architektur (mit gleichen, engen, nur nach oben offenen quadratischen Einzelzellen) und dennoch stark kontrastierend gegenübergestellt: Während in ersterem eine belebte Geschäftigkeit herrscht (unzählige Arbeitspapiere und Stifte, Bilder und Karten an den Wänden, Schreibtischlampe etc.), vermittelt der Mattel-Arbeitsplatz den Eindruck von Sterilität, Anonymität, Tristesse und Lebensfeindlichkeit (leerer Schreibtisch, kahle Wände, spärliche Deckenbeleuchtung).

Fast das gesamte Firmengebäude ist in verschiedenen kalten Grautönen, Schwarz und Weiß gehalten, sogar das eigentlich leuchtend rote Mattel-Logo wurde in dieser Weise verändert. Die langen, labyrinthartig verschachtelten Korridore verbinden die Arbeitszellen, in denen die Angestellten mit ihren Computern isoliert und eigentlich unbeschäftigt scheinen. Jegliches Organische fehlt. Der eigene Anspruch Mattels, ein kreatives Spielzeugunternehmen zu sein, das für Freude und kindliche Träume steht, wird von Gerwig allein durch die Gestaltung des Sets infrage gestellt. Während im Barbieland eine farbenfrohe Sorglosigkeit herrscht, regiert in der grauen Mattel-Welt das Prinzip der kühlen wirtschaftlichen Kalkulation und Profitorientierung.

Der unbedeutende Angestellte Aaron (Connor Swindells) entschließt sich, die gewichtige Nachricht vom Auftauchen Barbies in die Chefetage zu übermitteln, die

sich irgendwo unbestimmt „*all the way up*“ befindet (0:35:13). Andere Bürokräfte, die alle durch ihre hellblauen Oberhemden, dunkelblauen Westen und olivgrünen Hosen uniformiert in den Niederungen des Firmenimperiums weilen, stellen die Ungeheuerlichkeit dieses Ansinnens heraus und wollen ihn warnen („*No one goes all the way up. You may never come back*“ (0:35:15)), um ihn anschließend, übertrieben bedeutungsvoll winkend, in sein ungewisses Schicksal zu verabschieden. Wenngleich diese Szene auf belustigende Weise dramatisiert ist, wird damit von den hierarchischen Strukturen und den realen Ängsten vor Autoritäten in großen Wirtschaftsunternehmen erzählt.

Aaron platzt in eine Sitzung des Unternehmensvorstands, der sich ausnahmslos aus Männern zusammensetzt und das verbreitete Bild von Führungskräften als überwiegend weiß, heterosexuell und männlich abbildet. Bunte Farbstreifen rahmen regenbogenartig angeordnet den Eingang. Produktionsdesignerin Greenwood erklärt, dass die fiktive Atmosphäre des Sitzungssaals dadurch verstärkt wurde, dass ein szenisches Gemälde die Illusion einer Los Angeles-Kulisse erzeugt, die an die Smaragdstadt aus *THE WIZARD OF OZ* (Fleming, 1939) erinnern soll (Allen 2023a)). Gerwig will diesen Sitzungssaal als Ort zwischen den beiden Welten verstanden wissen: "[I] felt that the Mattel office has kind of got a foot in Barbie Land and a foot in the real world" (ebd.). So ist das triste Grau und Schwarz von der poppigen Farbwelt des Barbielands verschiedentlich durchbrochen: Der CEO trägt neben dem schwarzen Anzug eine pinkfarbene Krawatte und ein riesiger pinkfarbener Schreibtisch in Herzform bildet mit einer dazu passenden herzförmigen Deckenleuchte den Mittelpunkt des Raumes. Ihn umgeben pinkfarbene Bürostühle. Gerwig verbildlicht, wie die intendierte Außendarstellung Mattels und das wirtschaftliche Kalkül dahinter im Kontrast zueinanderstehen. Stets gibt das Unternehmen vor, ein Herz für Mädchen und ihre Träume zu haben, was nicht zuletzt in dem riesigen herzförmigen Tisch des Sitzungssaals optisch repräsentiert ist. Das kühle Schwarz-Weiß-Grau des übrigen Gebäudes verweist auf eine andere Wahrheit dahinter.

Die zweite längere Sequenz im Mattel-Gebäude (0:45:00–0:51:50) ereignet sich, nachdem Ken seine Reise zurück ins Barbieland angetreten hat. Barbie ist verzweifelt, weil sie sowohl Objektivierung und Misogynie als auch die Ablehnung Sashas erleben musste. Anonyme Mitarbeiter Mattels mit Agentenstatus, in schwarzen Anzügen, mit dunklen Sonnenbrillen und schwarzen Vans ohne Nummernschilder, bringen sie ins Firmengebäude. Barbie wähnt sich in Sicherheit und ist begeistert, das „*Mothership*“ kennen zu lernen (0:45:00). Hier erhofft sie sich Unterstützung. Der CEO gibt sich hilfsbereit und schlägt ihr vor, in eine lebensgroße Puppenschachtel zu klettern („*And everything will be as it was*“ (0:45:03)). Die Schachtel lässt sich als Symbol für die Absicht Mattels deuten, Barbie vollständig zu kontrollieren. Mattel ist in der „*Real World*“ gleichzeitig Schöpfer als auch böartiger, faschistoider Gegenspieler Barbies, der ihrer Individuation und Entwicklung im Wege steht.

Barbie möchte die Chefin und weitere weibliche Führungskräfte treffen, muss aber verwundert feststellen, dass die gesamte Führungsriege ausschließlich von Männern besetzt ist. Der CEO leugnet eine derartige Unterrepräsentation von Frauen und erklärt, dass es in den 1990er-Jahren einen weiblichen CEO gegeben hätte und eine weitere Frau zu irgendeiner anderen Zeit (0:46:49). Er fordert Barbie auf, ihn „Mutter“ zu nennen, was diese entschieden ablehnt. Dieses skurrile Ansinnen wiederholt er gegen Ende des Filmes noch einmal gegenüber der Präsidentinnen-Barbie (1:38:11), die in exakt gleicher Art wie die stereotype Barbie reagiert. Der CEO will glauben machen, dass sein Unternehmen nicht nur für Mädchen, sondern auch von Frauen gemacht ist (0:46:44) und auf ihrer Arbeit gründet („*Women are the (...) foundation of this very long phallic building*“ (0:47:08)). Dabei argumentiert er in gleichermaßen lächerlicher wie belustigender Art, um die besondere Nähe Mattels zu Frauen zu illustrieren: Jeder im Vorstand würde eine Frau lieben, er selbst sei Sohn einer Mutter, Mutter eines Sohnes und Neffe einer weiblichen Tante (0:47:08). Wie verkümmert und rückständig sein Verständnis von Weiblichkeit tatsächlich ist, hatte sich bereits in der ersten Sequenz offenbart, als der dem Vorstand gegenüber erklärte: „*And when you think of sparkle, what do you think of after that? Female agency*“ (0:36:14). Durch Barbies Hinterfragen der patriarchalischen Unternehmensstrukturen bedrängt, zeigt er schließlich in direkter Anspielung auf eine Frauenfigur des Alten Testaments, der die Verantwortung für König Ahabs Verfehlungen und Missetaten zugeschrieben werden, sein wahres Gesicht: „*Get in the box, you Jezebel!*“ (0:47:26). Der CEO gibt zudem vor, sein Unternehmen stünde schon deshalb für Diversität und Fortschritt, weil es über eine größere Anzahl an genderneutralen Toiletten verfüge.

Gerwig gibt in beschriebener Sequenz Mattels Narrativ von einer Diversität und emanzipierte Weiblichkeit repräsentierenden Barbiepuppe der Lächerlichkeit preis. Außerdem illustriert und persifliert sie Mechanismen, mit denen versucht wird, das Ziel der Gleichstellung von Männern und Frauen vorschnell und oberflächlich als erreicht zu deklarieren. Die weibliche Unterrepräsentation in Führungspositionen ist dagegen in westlichen Gesellschaften und insbesondere in Wirtschaftskreisen noch immer gängige Realität. Die Allbright-Stiftung (2017, zitiert nach Biehl 2023) beispielsweise beschreibt mit dem sogenannten „Thomas-Kreislauf“ die homosoziale Reproduktion von Vorstandsetagen. Ihr zufolge gab es Mitte der 2010er-Jahre mehr Männer mit den Vornamen Thomas oder Michael in den Vorständen deutscher Börsenunternehmen als Frauen (ebd.). Gerwig lässt Aaron fast resümierend sagen: „*I’m a man with no power. Does that make me a woman?*“ (0:46:34).

Barbie beschließt im letzten Moment, sich nicht im Barbiekarton einsperren zu lassen, und verlässt unter dem Vorwand, zur Toilette zu müssen, fluchtartig den Sitzungssaal. Nachdem die Führungsriege Mattels die Täuschung bemerkt hat, beginnt eine längere Verfolgungsjagd durch das spärlich illuminierte, bedrohlich und klaustrophobisch wirkende Firmengebäude, das Reminiszenzen an Terry Gilliams Dystopie BRAZIL (1985) eröffnet. Barbie öffnet schließlich eine der vielen

gleichförmigen Türen und gelangt in einen versteckten dunklen, tunnelartigen Raum. Das echoende Geräusch der zuschlagenden Tür sowie das Hallen ihrer Schritte kennzeichnen diesen Raum zusätzlich als entlegen und überdimensional. Barbie wird am Ende des Tunnels einer sonnendurchfluteten, altmodisch eingerichteten Küche gewahr, in die die Kamera hineinfährt und die optisch einen harten Gegensatz zum restlichen Mattel-Gebäude bildet. Ruth Handler (Rhea Perlman), eigentliche Schöpferin Barbies und Co-Founder von Mattel, begegnet Barbie mit einem Lächeln, ohne ihre Identität preiszugeben. Barbie kommt augenblicklich zur Ruhe und schöpft Vertrauen. Die beiden begegnen sich am Ende des Films erneut.

Die Jagd durch das labyrinthartige Großraumbüro mag als metaphorisch interpretiert werden, verlaufen sich doch viele Karriereträume von Frauen dort (vgl. Biehl 2023). Das räumliche Verbannen von Frauen andererseits, wie es durch Ruth Handlers Ausgrenzung sichtbar ist, wurde in der Managementforschung als Prinzip der Abjektion thematisiert: Frauen gelten in den Führungsetagen als Eindringlinge, finden keinen Platz und Raum sich zu etablieren und werden an den Rand gedrängt (ebd).

Der CEO Mattels agiert im gesamten Film als uneingeschränkter männlicher „Leader“ im Mattel-Unternehmen und ist dessen überhebliches, narzisstisches Gesicht. Nachrichten von niederrangigen Angestellten dürfen ihm nur zugeflüstert werden (0:36:36); Untergebene behandelt er herablassend. Die anderen Vorstandsmitglieder verhalten sich ihm gegenüber unterwürfig und reden ihm überwiegend opportunistisch das Wort. Alles, was Mattel ausmacht, kumuliert in der Person des CEOs. Machtausübung und mehr oder weniger kaschierte wirtschaftliche Profitorientierung bestimmen sein Handeln und zementieren die patriarchalischen Strukturen, auf denen dies fußt. Seine Krawatte symbolisiert das „Pinkwashing“ der eigentlich düsteren kapitalistischen Seele. Das Unternehmen gibt vor, sich dem Empowerment von Frauen verschrieben zu haben. Auch der CEO beteuert, dass es ihm nicht um wirtschaftlichen Profit gehe: *„You think I spent my entire life in boardrooms because of a bottom line. No. I got into this business because of little girls and their dreams“* (1:00:20). De facto beurteilt er aber alles stets nach dem Kriterium der Profitabilität. Gloria schlägt ihm zum Ende der Ereignisse im Barbieland die Idee einer „Ordinary“-Barbie vor (1:38:56). Diese könnte – ganz im Sinne der zuvor erzählten Geschichte – Mädchen als Vorbild dienen, weil sie nicht für überzogene Karriereerwartungen und unrealistische Schönheitsideale steht, sondern die Botschaft trägt, dass jede Frau unabhängig von ihrem Status wertvoll ist, die eigene Identität suchen kann und sich dabei gut fühlen darf. Der CEO findet diese Idee schrecklich. Jegliche Veränderung ist ihm suspekt. Er möchte Barbieland in seinen Ausgangszustand zurückversetzt sehen. Als ihm jedoch ein Mitarbeiter zuraunt, dass sich diese „Ordinary“-Barbie gut verkaufen ließe, ändert er augenblicklich seine Meinung und zeigt sich begeistert (1:39:23).

Es geht Mattel weniger um feministische Botschaften als um eine Vermarktung des Feminismus, soweit der Markt dies gerade erlaubt. Auch das entlarvt Gerwig.

Wie bedenkenlos und opportunistisch Mattel bereit wäre und war, sich ändernden gesellschaftlichen Realitäten anzupassen, um wirtschaftlichen Profit zu generieren, wird deutlich, als die Kens mit dem Kendom ein Superpatriarchat errichtet haben. Ein Firmenmitarbeiter vermeldet dem CEO sogleich, dass sich der Absatz von Mojo-Dojo-Häusern prächtig entwickelt, T-Shirts und Becher bestens verkauft werden und sogar schon das Vorsprechen für einen Ken-Film begonnen hat, der dank üppiger Marketing-Bemühungen zum Blockbuster zu werden verspricht.

Mattel erscheint als gut funktionierende gigantische Kommerzmaschinerie im Film. Das Barbieland ist ebenso wie die „Real World“ ein Ort fortwährenden Productplacements. Dies geschieht offensichtlich vor allem mit Mattels Spielzeugen und unauffälliger bzw. versteckter mit anderen Marken (z.B. mit Produkten von Chanel, Birkenstock oder Chevrolet). Mattels kommerziellen Interessen wird vielfältig entsprochen, was wohl als Gerwigs notwendige Konzession an den Lizenz- und Geldgeber zu begreifen ist.

Ihr gelingt es dennoch, dies oft ironisch zu brechen, spöttelnd zu kommentieren oder umzudeuten. Stets reflektiert der Film sich selbst und zeigt auch einen gewissen Zynismus gegenüber dem Konzept, Filme als Marketingvehikel zu nutzen. Ein weiteres Beispiel dafür sind die Werbespotteinblendungen, die einzelne Outfits der Barbies vorführen und die Handlung abrupt und unvermittelt stören (z.B. 1:36:33). Damit ist eine weit verbreitete enervierende Publikumserfahrung adressiert: das plötzliche Unterbrechen beim Schauen eines Films.

Gerwig erzählt insgesamt sehr deutlich davon, dass Mattel als etwas wahrgenommen werden will, was es objektiv und ganz offensichtlich nicht ist. Äußerer Schein und tatsächliches Sein fallen auseinander. Dass Mattel eine derartig explizite Kritik am eigenen Unternehmen zuließ, mag erstaunen. Weil ironische Übertreibung und vielerlei Arten von oberflächlichem und tiefgründigen Humor den Grundton des Filmes bestimmen, schwächt sich die Härte der implizierten Kritik ab. Auch das belustigende, pointierte Spiel Farrells, der sich als Sympathiefigur und Komiker in anderen Hollywoodproduktionen einen Namen gemacht hat, trägt dazu bei. Das Publikum ist geneigt, ihn nicht ganz ernst zu nehmen. Als lächerlicher Trottel tritt er beispielsweise bei der Verfolgung Barbies im Firmengebäude auf, wenn er desorientiert an ihr vorbeirennst, unsinnigerweise über Bürowände klettert oder hilflos vor dem Durchgang steht, weil er seine Schlüsselkarte nicht findet.

Zur Abmilderung des kritischen Blicks auf Mattel trägt auch Ruth Handler bei, die als Gegenpol zum CEO so etwas wie den „guten Geist“ des Unternehmens verkörpert und neben Gloria und Sasha eine der wenigen, differenziert gezeichneten Frauenfiguren im Film ist. Obwohl sie von den Entscheidungsträgern des Unternehmens in die Peripherie verbannt ist, fungiert sie als bedeutende Handlungsträgerin. Sie gibt sich Barbie mit den Worten „*Baby, I am Mattel*“ (1:40:28) zu erkennen und hilft, die Dinge für die Protagonistin zum Guten zu wenden. Dabei tritt sie als weise in Erscheinung, gibt sich verständnisvoll, fürsorglich und großmütterlich zugewandt. Sie steht im Film für die hehre Absicht, jenseits aller Profitorientierung mit Barbie eine Mädchen inspirierende und ermutigende Puppe zu erschaffen.

Dass dies eine die Realitäten verklärende, verkürzte Darstellung ihrer Person ist, erzählt der Film ansatzweise, als Handler kurz einräumt, Steuerbetrügerin zu sein. Tatsächlich entließ Handler tausende Arbeiterinnen, als diese bessere Arbeitsbedingungen einforderten, und verantwortete die Produktion der Puppen in chinesischen Fabriken mit, in denen Frauen sexualisierten Übergriffen ausgesetzt waren und ohne ausreichende Schutzmaßnahmen mit gesundheitsgefährdeten Chemikalien zu arbeiten hatten (vgl. Papenbrock 2023).

Wie genau Gerwigs Darstellung des Konzerns die Realität abbildet, zeigt allein die Tatsache, dass bis heute keine Ordinary-Barbie von Mattel auf den Markt gebracht wurde. Die Popularität des Films nutzend, wird stattdessen eine Weird-Barbie vertrieben, was Inhalt und Botschaft des Films auf ernüchternde Art konterkariert. Das Besondere an Gerwigs Weird-Barbie ist gerade die Tatsache, dass sie für das individuelle, fantasievolle Spiel der Kinder steht, das alles Stereotype nach eigenen Vorstellungen durch Verdrehen der Extremitäten, Schneiden der Haare oder Anmalen der Figur verändert und individualisiert. Die massenhafte Produktion in identischer Form beraubt diese Puppe ihrer sympathischen Einzigartigkeit und Originalität. So ist auch die Weird-Barbie nur ein weiteres Beispiel dafür, dass Mattel alles in und um den Film zu Merchandise-Zwecken nutzt, ganz unabhängig davon, was Gerwig mit ihrem Film intendiert und kritisiert. Vielleicht ist es sogar gerade die selbstironische Inszenierung der ikonischen Puppe, die Mattel hilft, neue Käufergruppen zu erschließen, und den Film als ausgesprochen effektives Marketing-Instrument kennzeichnet. Neben den Trailern, den üblichen Werbespots, den vielfältigen Produkten aus eigenem Haus und zahlreichen Kooperationen mit anderen Firmen, die am Erfolg der Filmfigur partizipieren, suchte Mattel innovative Wege zur Generierung von Konsum und Schaffung emotionaler Identifikation wie beispielsweise Meme-Generatoren (z.B. [barbieselfie.ai](#)) oder Fotoshooting-Events in den Kinos: „Ob trendige Sounds, personalisierte Poster oder Outfit-Inspirationen für den Alltag: Barbie ist nahbar und adaptiv“ (Upart).

6. Weiblichkeitskonstruktion in der „Real World“

6.1 Barbie und die alte Dame auf der Bank

„*You’re so beautiful.*“ (Barbie 0:33:44)

Die hier analysierte relativ kurze Sequenz (0:32:50 bis 0:33:46) schließt sich an die belustigenden, eher lauten und drastischen Schilderungen der patriarchalen Realität an. Barbie steht unter dem Eindruck ihrer teilweise verstörenden Erlebnisse sexistischer „Anmache“.

Auf einer Bank sitzend, beobachtet sie das vielfältige Alltagsleben der wirklichen Welt. Der Tonfall ist nun ruhiger und nachdenklicher. Ihr Blick streift Mütter und ihre herumtollenden Kinder, ein streitendes junges Paar sowie einen grübelrischen, vielleicht traurigen jungen Mann. Vor ihren Augen tut sich ein Spektrum an Emotionen auf, das sie aus Barbieland nicht kennt, weil es dort keinen Platz hat (vgl. Kapitel 4.2), jedoch zum Menschsein gehört. Auch nimmt sie die Natur in Gestalt echter, sich im Wind wiegender Bäume wahr. Zwischen den einzelnen Einstellungen wird frontal Barbies Gesicht ins Bild gesetzt. Es verrät ungewohnte menschliche Regungen, vor allem Ergriffenheit, als spüre sie eine unbestimmte Sehnsucht nach dieser Seite der „Real World“. Vergänglichkeit, Jugend und Alter, gelebte soziale Beziehungen und Bindungen mit ihren Höhen und Tiefen sowie Natur und Natürlichkeit – all dies ist Barbie fremd.

Dann fährt die Kamera zurück und fängt eine ältere Dame (Ann Roth) ein, die auf der gegenüberliegenden Seite der Bank sitzt. Es ist Barbies erste Begegnung mit einem alten Menschen. Die beiden Frauen sehen einander eine Weile an, dann entfährt es Barbie: „*You’re so beautiful*“ (0:33:45). Die ältere Dame ist augenscheinlich nicht verwundert und gibt auch das Kompliment nicht einfach zurück, sondern entgegnet schlicht: „*I know it*“ (0:33:45). Die beiden Frauen lächeln einander an. Es scheint, als wisse die ältere Dame viel über das Leben und darüber, dass mit Schönheit auch das Wesen oder die Persönlichkeit eines Menschen beschreibbar ist. Die stereotype Barbie hingegen existiert nur als Inbegriff unvergänglicher idealer Schönheit und wurde gerade zuvor schmerzvoll genau darauf reduziert. Im Barbieland, wie auch in Mattels Puppensortiment, finden sich keine Best-Ager-Puppen. Der Film macht dieses Versäumnis an dieser Stelle deutlich und will zeigen, dass Schönheit keinesfalls an bestimmte Körpermaße, Hautfarben oder eben Jugend gebunden ist. Nachdenklich dreht Barbie sich beim Weggehen noch einmal nach der Dame um.

Gerwig misst dieser Sequenz große Bedeutung bei. Ihr wurde bei frühen Schnittfassungen des Films vorgeschlagen, sie herauszuschneiden, worauf sie äußerte: „If I cut the scene, I don’t know what this movie is about. [...] To me, this is the heart of the movie“ (Hiatt 2023). Wenngleich Gerwig hinzufügt, dass diese Szene den Erzählfluss der Handlung unterbricht und scheinbar nicht weiter in sie hineinwirkt („It’s a cul-de-sac of a moment, in a way — it doesn’t lead anywhere“ (ebd.)), kommt ihr schon deshalb große Wichtigkeit zu, weil sie Barbies finale

Entscheidung, in die „Real World“ zurückzukehren und Mensch werden zu wollen, initiiert und dazu beiträgt, sie plausibel zu machen.

6.2 Barbie und Sasha/Gloria

„You set the feminist movement back 50 years.“ (Sasha 0:40:53)

Mit Gloria (America Ferrera) und Sasha (Arina Greenblatt) werden Barbie von Gerwig zwei Frauenfiguren an die Seite gestellt, die ebenfalls als bedeutende Handlungsträgerinnen und Repräsentantinnen der Weiblichkeit installiert sind. Als weibliche Personen der Realwelt funktionieren sowohl Gloria als auch Sasha im Vergleich mit Barbie noch unmittelbarer als Identifikationsfiguren, auch wenn ihre Charakterzeichnung eher eindimensional und oberflächlich bleibt.

Barbie reist mit der Mission in die „Real World“, das Mädchen finden zu müssen, das für ihre Dysfunktionen verantwortlich ist. In einer von leiser, getragener Musik untermalten Vision (0:31:38 bis 0:32:50) erscheinen ihr eine Mutter (Gloria) und ihre Tochter (Sasha) beim intensiven Spiel mit Barbiepuppen. Im Zeitlupenmodus und mit verschwommenen Bildrändern wird in Zeitsprüngen kurz von einzelnen Stationen des Älterwerdens und der damit einhergehenden Veränderungen im Verhältnis zur Barbiepuppe einerseits und der Mutter-Tochter-Beziehung andererseits erzählt. Intensivem Spiel mit der Puppe schließt sich die Entsorgung des kindlichen Spielzeugs mit Beginn der Pubertät an. Der innigen Umarmung zwischen Mutter und Tochter folgt die zunehmende Distanzierung mit anfangs seitens Sashas noch geduldeter mütterlicher Berührung und schließlich aktiver Abwehr jeder körperlichen Annäherung.

Irrtümlicherweise glaubt Barbie, in Sasha das Mädchen identifiziert zu haben, das es zu suchen gilt. In deren Schule kommt es zu einer Begegnung, die zu einer weiteren existentiellen Erschütterung Barbies führt. Im knallig-pinken Hosenanzug tritt sie überschwänglich gestikulierend einer Gruppe dunkel gekleideter Mädchen entgegen, die sie geschlossen sitzend skeptisch betrachtet. Barbie erkennt die sich schon in der Gestaltung des Sets ausdrückende drohende Ablehnung (*„Everyone really likes me and thinks I’m cool and pretty“* (0:39:16)), erwartet Begeisterung (*„Aren’t you guys gonna thank me and give me a big hug?“* (0:40:01)) und wähnt sich als deren Idol (*„I’m [...] your favorite woman of all time“* (0:39:34)). Sie reproduziert gegenüber den Teenagern Mattels Narrativ von der empowernden Puppe, die Mädchen stark machen will und eine Vorstellung davon vermittelt, dass diese alles sein und werden können.

Sasha konfrontiert sie daraufhin schroff mit der ebenso geläufigen und insbesondere in feministischen Kreisen formulierten Kritik an Barbie (vgl. Kapitel 2):

You’ve been making women feel bad about themselves since you were invented [...] You represent everything wrong with our culture. Sexualized capitalism, unrealistic physical ideals. [...] You set the feminist

movement back 50 years. You destroy girl's innate sense of worth and you are killing the planet with your glorification of rampant consumerism. (0:40:32).

Zusammenhänge zwischen Patriarchat und konsumgesteuertem Kapitalismus werden hier knapp und formelhaft summiert, was aus dem Mund des Teenagers etwas befremdlich wirkt.

Erschüttert verlässt Barbie den Schulhof. Als sie wenig später aus dem Mattel-Gebäude flieht, fahren Sasha und Gloria mit dem Auto vor und ermöglichen ihr Entkommen (0:51:52). Während einer actiongeladenen Verfolgungsjagd, gängige Zutat im Blockbuster-Kino Hollywoods, entwickelt sich kontrastierend parallel eine eher nachdenkliche Konversation zwischen Gloria und Barbie, in deren Verlauf Barbie Gloria als die Person der „Real World“ erkennt, die mit ihr mental in Verbindung steht. Als unbedeutende Angestellte Mattels ist sie vom Alltag frustriert und lebt in ständiger Auseinandersetzung mit ihrer pubertierenden Tochter. Gloria befindet sich in einer tiefen Lebenskrise und wird von Selbstzweifeln geplagt (*„I'm just a boring mom, with a boring job and a daughter who hates me“* (0:53:52)). In einer späteren Einstellung wird angedeutet, dass auch ihr Ehemann sich gegenüber ihren Bedürfnissen ignorant verhält, vor allem auf sich bezogen lebt und sie mit ihren Problemen allein lässt (0:55:26). Es war Gloria, die die Barbiepuppen ihrer Tochter vor dem Wegwerfen bewahrt hatte, verbindet sie doch mit Barbie kindliche Träume und die Vorstellung von einem chancenreicheren, erstrebenswerteren Dasein als Frau. Weil sie sich einsam und vernachlässigt fühlte, spielte sie mit den Puppen und zeichnete die „Irrepressible Thoughts of Death Barbie“, die „Full Body Cellulite Barbie“ und die „Crippling Shame Barbie“. Ihre negativen Gedanken übertrugen sich auf Barbie (*„[...] maybe because I couldn't be like you, I ended up making you like me“* (0:52:43)).

Mit Gloria berichtet Gerwig davon, was viele Frauen (und insbesondere Mütter) in der kapitalistischen Wohlstandsgesellschaft des 21. Jahrhunderts als alltägliche, auslaugende Mehrfachbelastung erleben. Die feministische Klage sammelt sich in Glorias Monolog über die Probleme des Frauseins und die widersprüchlichen Anforderungen, mit denen Frauen in der Arbeitswelt sowie im Privatleben in der realen Welt konfrontiert sind (1:13:52 bis 1:16:08)). Für die Entwicklung der Handlung kommt ihrer Wutrede eine besondere Bedeutung zu, rüttelt sie doch nach der Rückkehr ins Barbieland die „gebrainwashten“ Barbies wach und initiiert maßgeblich deren Auflehnung gegen die Einführung des Patriarchats durch die Kens. Über Gloria und Sasha gelingt es Gerwig, dezidiert feministische Botschaften zu transportieren (vgl. Kap. 11).

Sasha wirkt in der Begegnung mit Barbie sehr reflektiert, unerwartet reif und stark, wird aber auch als unzugänglich und schwierig durch eine Mitschülerin an der Highschool beschrieben (*„Don't talk to her. Sasha can talk to you, but you can never talk to Sasha. She'll crush you“* (0:39:10)). Auch im Folgenden erscheint sie eher als pubertierender, sich permanent unverstanden fühlender und mit der

ganzen Welt hadernder Teenager („*Oh, come off it. Everybody hates women. Women hate women and men hate women*“ (0:54:19)). Der Barbie-Hype ihrer Mutter ist ihr unbegreiflich. Während Gloria als Vertreterin der Barbie-Befürworterinnen auftritt, repräsentiert Sasha die Barbie-Skeptikerinnen. Da Sasha weder in Barbie noch in der frustrierten Mutter ein Rollenvorbild findet, ist im Film ein Mutter-Tochter-Konflikt angelegt, der aber kaum mit Leben gefüllt und nur sehr knapp zu Ende erzählt wird. Im Barbieland fungieren die beiden Frauen vor allem als Unterstützung für Barbie, die unter dem Eindruck des Kendom-Lands und mit dem Gefühl eigener Ohnmacht zu resignieren droht. Als Barbie hadert und betont, sich nie Veränderungen gewünscht zu haben und immer nur perfekt sein zu wollen, zeigt sich Gloria solidarisch und verweist darauf, dass das menschliche Leben mit ständigen Veränderungen einhergeht, denen sich jede Person zu stellen hat.

Sasha dagegen reist zunächst eher widerwillig ins feminine Paradies. Doch schon beim Eintritt ins Barbieland trägt sie eine pinkfarbene Jacke und erscheint später sogar ganz in Pink, was ihre Sinneswandlung symbolisiert. Anfangs noch oppositionell gegenüber Barbie eingestellt, wird sie schrittweise für Barbie eingenommen. Pink steht im Film als Zeichen für weibliche Ermächtigung. Als Barbie Gloria vorwirft, sie in ihre Welt geführt zu haben, ist Sasha plötzlich und unvermittelt bereit, ihre Mutter zu verteidigen (1:05:56), und äußert sogar, Barbie hätte ihre Mutter nicht verdient. Sie ist es auch, die die Mutter zur Rückkehr ins Barbieland auffordert (1:10:03). Nachdem die Barbies die Kontrolle über das Barbieland zurückerobert haben, sieht man Gloria völlig euphorisiert (1:31:25), während Sasha sie zunächst mit verschränkten Armen taxiert und sich dann an sie schmiegt. Sie hat ihr Protestverhalten aufgegeben und zunehmend mehr Einfühlungsvermögen gegenüber ihrer Mutter sowie deren Sorgen und Träumen aufgebracht. Gloria reagiert gerührt und erwidert die Annäherung mit einer Umarmung. Ihre veränderte positive Einstellung Barbie gegenüber behält Sasha auch nach der Rückkehr in die „reale“ Welt bei. Der Film endet mit Barbies Besuch beim Gynäkologen, zu dem Sashas Familie sie fährt. Sasha hat ihre dunkle Kleidung abgelegt und trägt nun auch in der „Real World“ ein grell pinkes Oberteil. Ist sie anfangs erklärte Barbie-Hasserin, Kritikerin ihres Status und ihres Werts, steht sie nun voll hinter Barbie und verabschiedet sie mit den Worten: „*We love you!*“ (1:46:50).

BARBIE wurde mit dem Slogan „*If you love Barbie, this movie is for you. If you hate Barbie, this movie is for you*“ (Warner Bros. Pictures 2023, 2:41) beworben. Der Film geht offen damit um, dass Barbie eine kontroverse Figur ist, was sich im Film über Sashas und Glorias unterschiedliche Auffassungen bezüglich Barbies ausdrückt. Auch die Kritikerinnen Barbies sind aufgefordert, sich den Film anzusehen. Sie finden sich im Film nicht zuletzt in Sasha mit ihren Vorbehalten wieder. Gerwig äußerte in einem Interview: „*People already know it’s a hornet’s nest. We cannot make something that pretends to be other than that*“ (2:45) und „*She’s a hero, she’s a villain*“ (60 Minutes 2023, 4:03). Gleichzeitig wird durch Sashas Entwicklung vorgeschlagen, Barbie neu und positiv zu verstehen, was zweifellos in Mattels

Interesse liegt. Gerwig platziert die Botschaft, dass Barbie zwar nicht über jede Kritik erhaben ist, aber dennoch positives, empowerndes Potential in sich trägt.

7. „Kendom–Land“

„*I wanna push you around.*“ (Ken 1:23:44)

Ken merkt, dass er, obwohl als weißer, junger und attraktiver Hetero-Mann eigentlich über beste Voraussetzungen verfügend, ohne jegliche Qualifikation in der leistungsorientierten, kapitalistischen Gesellschaft Amerikas nicht Fuß fassen kann. Gleichzeitig ist er jedoch von deren patriarchalischen Strukturen fasziniert. Noch vor Barbie reist er mit neuer ideologischer Perspektive ins Barbieland, um dort das Patriarchat zu starten (0:46:04).

Barbie folgt auf der Flucht vor den Führungskräften Mattels mit Gloria und Sasha (0:57:20). Sie ist zutiefst frustriert von der „Real World“ („*I thought that Barbie had made the Real World better, but the Real World is forever and irrevocably messed up*“ (0:54:09)). Auf der gemeinsamen Reise erklärt sie den beiden anderen Frauen die Vorzüge der femininen Herrschaft im Barbieland („*Basically, everything that men do in your world, women do in ours*“ (0:56:16)) und wähnt sich am Ende ihrer Mission („*This is what I was supposed to do. Bring you back here*“ (0:57:20)).

Schnell wird ihr jedoch bewusst, dass sich Barbieland gewandelt hat. Barbieland ist jetzt Kendom-Land, in dem Beach-Ken eine Art Führungsposition bekleidet. Das gesamte Produktionsdesign erscheint nun unverkennbar maskulin eingefärbt. Barbies Traumvilla wird von Beach-Ken bewohnt und ist in „Mojo Dojo Casa House“ unbenannt worden (0:59:29). Die Tatsache, dass Ken das Patriarchat fortwährend mit Pferden assoziiert, was im Film als sich ständig wiederholendes Element zum Humor beiträgt, drückt sich nun auch in der Gestaltung des Sets aus. Zahlreiche Pferdebilder und Fernsehbildschirme, die unentwegt dieselben Bilder eines galoppierenden Pferdes zeigen, oder die Pferdeköpfe, die in der Mount Rushmore nachempfundenen Kulisse statt der Barbieköpfe nun zu sehen sind, markieren die männliche Präsenz im Barbieland und sind sichtbare äußere Zeichen der neuen gesellschaftlichen Ordnung.

Weitere Symbole der Männlichkeit, die Ken sich in der „Real World“ abgeschaut hat, ohne Zusammenhänge wirklich verstanden zu haben, finden sich gehäuft am Set, beispielsweise zahlreiches Equipment männerdominierter Sportarten. Beach-Ken gibt sich cool, lässig und aufgesetzt männlich. Er erscheint unrasiert, trägt derbe Ketten, ein Stirnband und einen Pelzmantel, der seinen nackten, muskulösen Oberkörper nur teilweise bedeckt. Zudem läuft er permanent unpassend mit Boxhandschuhen bekleidet durch die Szenerie. Reminiszenzen an klassisch männliche Filmgenres wie den Western zeigen sich in schwingenden Saloon-Türen, die an den Barbiehäusern angebracht wurden. Weitere grotesk erscheinende Details

im femininen Paradies unterstreichen die kontrastierende Ästhetik: schwarze Ledersofas, Mini-Kühlschränke, mit Doritos gefüllte Entsafter, ein protziges Auto und eine Fülle von Bierflaschen. Mit der Umgestaltung von Barbieland ist es Beach-Ken auch gelungen, seine naiven Vorstellungen von Männlichkeit auf den Rest des Barbielands zu projizieren. Seine schlichten Erkenntnisse aus der Realwelt doziert er den anderen Kens („*Everything, basically everything, exists to expand and elevate the presence of men*“ (0:58:56)), die seinen Ausführungen begeistert folgen.

Während die Männer sich und ihre Männlichkeit mit Männerabenden feiern, erscheinen die Barbies manipuliert und „gebrainwashed“. Gleich nach ihrer Rückkehr ins Barbieland bemerkt Barbie den Rollentausch, als die Frauen des Obersten Gerichtshof als Cheerleader fungieren, während die Kens ihre Kräfte im sportlichen Spiel messen (0:57:24). Aus den Nobelpreisträgerinnen und Anwältinnen sind abhängige, untergebene Bedienstete geworden, die den Kens permanent die Mangobier-Flaschen anreichen, ihnen das Leben versüßen und sich dabei teilweise in aufreizender Bekleidung präsentieren. Sie entsprechen in ihrem Auftreten Klischees männlicher sexualisierter Imagination von Weiblichkeit. Ihre Degradierung haben die Barbies offensichtlich klaglos akzeptiert und genießen sogar die Umkehrung der Machtverhältnisse („*This is so much better than being president*“ (0:57:49)). Im Patriarchat des Kendom-Lands nehmen sie die Rolle der einfältigen, auf ihr Äußeres reduzierten Schönheiten an („*I like being a helpful decoration*“ (1:01:43); „*I like not having to made any decisions. It's like a spa day form my brain. Forever*“ (1:01:25)).

In einer Hinsicht unterscheidet sich die Situation der Barbies in Kendom dabei vordergründig kaum von der im Barbieland: In beiden Lebensumfeldern sind sie zu echter produktiver Arbeit und veränderndem oder gestaltendem Handeln nicht in der Lage. Doch während dies im Barbieland vor allem dadurch erklärbar ist, dass dieses nur kindliches Spiel spiegelt, das sich im gegenwärtigen Augenblick ereignet, ist in Kendom-Land eine untergeordnete Rolle innerhalb einer patriarchalen Machstruktur für ihre Situation verantwortlich. Die Möglichkeiten der Barbies sind jetzt auf Care-Arbeit reduziert. Sie verhelfen den Männern dazu, die eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und sich zu entfalten. Gerwig zeichnet damit die Zustände der realen Welt in zugespitzter Form nach. Allerdings schildert sie nicht, wie es – zumal in der Kürze der Zeit – zu den gravierenden Veränderungen kommen konnte, die aus Barbieland das Kendom-Land machten. Hier lässt der Film inhaltlich eine Lücke. Gloria vergleicht den Zustand der Barbies mit einer Art Virusinfektion („*This is like in the 1500s with the indigenous people and smallpox. They had no defenses against it*“ (1:01:35)).

Als die stereotype Barbie Beach-Ken gegenübertritt, gibt der sich selbstgefällig, unnahbar und überheblich. Betont lässig fordert er auch sie auf, die neue Situation einfach zu akzeptieren („*Don't question it. Just roll with it, tiny baby*“ (0:59:15)). Er bietet ihr eine neue Rolle an seiner Seite als „*bride wife*“ an (1:00:40). Diese Redundanz der Begriffe verdeutlicht die Unsicherheit Kens, sich in einer Sprache zurechtzufinden, die das Verhältnis der Geschlechter auf Beziehungsebene

beschreibt. Umständlich, aber als humoristischer Moment von Gerwig platziert, erscheint auch sein zweiter Vorschlag („*my long-term-low-commitment-distance-girlfriend*“ (1:00:43)). Zugleich referenziert Gerwig hier die männliche Bindungsunfähigkeit der realen Welt. Ken, der sich im Barbieland stets unbeachtet und ungesehen fühlte, gibt Barbie bewusst das Gefühl zurück, nutzlos zu sein („*How’s that feel? It’s not fun, isn’t it?*“ (1:04.16)). In Kendom-Land fühlt er sich bedeutungsvoll und handlungsstark, auch wenn dies nur eine Illusion ist. Als Barbie sich weigert, ihm wie die anderen Barbies zu Diensten zu sein, bekommt seine aufgesetzte männliche Fassade Risse. In einer emotionalen Szene wandelt sich seine Überheblichkeit in enttäuschte Frustration und er zeigt sich offen von Barbie verletzt („*You failed me*“ (1:02:04)). Ken steht trotz erfolgreicher Installation einer männerdominierten Welt unverändert in einem emotionalen Abhängigkeitsverhältnis zu Barbie, was ihn verwundbar, aber auch menschlich macht. Die Barbies hingegen brauchten keine Männer im Barbieland, die sie umwarben, um ein gutes Selbstwertgefühl zu entwickeln. Sie waren unabhängig – ohne einen Ken, der sie bewundert, ihnen Arbeiten abnimmt und sie unterstützt.

Barbies Verzweiflung und Unfähigkeit, sich im neuen Kontext zu orientieren, erfährt einen Höhepunkt, als klar wird, dass die Kens die Verfassung im Barbieland binnen 48 Stunden ändern wollen, um die Macht an sich zu binden und die primitive Art ihres Patriarchats endgültig zu etablieren. Mit Hilfe der Weird-Barbie und Glorias Monolog (vgl. Kapitel 11.3) werden alle Barbies aus ihrer Trance befreit, in die sie die Kens zuvor versetzt hatten. Die stereotype Barbie erklärt die plötzliche Sinneswandlung den umstehenden Barbies („*By giving voice to the cognitive dissonance required to be a woman under the patriarchy you [Gloria] robbed it of its power*“ (1:16:34)), um sich im selben Moment über die Qualität ihrer feministischen Analyse zu verwundern, zu der sie intradiegetisch eigentlich nicht in der Lage ist („*Wow, I just said all of that*“ (1:16:41)). Aus Barbies Mund kommentiert Gerwig.

Nach Wiedererlangung ihres Selbstwertgefühls beschließen die anwesenden Barbies, die Botschaft durch Mundpropaganda zu verbreiten. Einzelne Barbies sollen zudem von den Kens weglockt werden, um sie zu entprogrammieren. Sasha verkündet, aus der „Real World“ über entsprechende Tricks zu verfügen, die den Barbies fremd sein müssen. Im Folgenden werden einige Klischees darüber reproduziert, wie Frauen das männliche Ego lesen und für ihre Zwecke nutzbar machen können. Dabei geht es im Wesentlichen darum, den Männern das Gefühl von Kompetenz und Macht zu geben, in dem sich die Frauen hilfsbedürftig, unerfahren, verwirrt und schutzlos präsentieren, oder darum, dem männlichen Ego zu schmeicheln und vorzuspielen, dass eine Frau sie für interessant und begehrenswert hält.

Gerwig parodiert in den sich anschließenden Sequenzen erneut geschlechterstereotype Verhaltensweisen in Alltagssituationen. Dabei bestimmt sexualisiertes Verhalten und Gebaren, das im Ausgangszustand des Barbielands in der Figur des Beach-Ken zwar andeutungsweise angelegt, aber in der kindlichen Spielwelt überflüssig war, nun den Tonfall in Kendom-Land, das in dieser Hinsicht erwachsener

ist als die kindliche Utopie zuvor. Eine „Köder“-Barbie beklagt sich beispielsweise, mit dem „Photoshop“-Programm nicht zurechtzukommen, und löst damit einen Helferimpuls beim im Selbstverständnis technikaffinen Mann aus (1:17:52). Eine andere Barbie, die sich als unbedarft in finanziellen Fragen zeigt, bekommt zu hören: *„Oh, sweetheart, you are so cute, when you’re confused“* (1:19:24).

Die durch Ablenkung der Kens isolierten Barbies werden im Auto der Weird-Barbie von den in pinken Overalls uniformierten und mit dunklen Sonnenbrillen operierenden „geheilten“ Barbies zu Gloria gebracht, die sie mit prägnanten, empowernden feministischen Botschaften konfrontiert:

You have to be their mommies, but not remind them of their mommy. Any power you have must be masked under a giggle [...] You have to find a way to reject men’s advances without damaging their egos. Because if you say ‘yes’ to them, you’re a tramp, but if you say ‘no’ to them, you’re a prude. (1:18:20).

Dadurch sind sie augenblicklich kuriert, was im Film außerdem durch ein akustisches Klingelsignal angezeigt wird.

Der konspirative Plan der Barbies sieht im letzten Schritt vor, die Kens gegeneinander aufzuwiegeln. Dabei geht es darum, sie zu verunsichern, eifersüchtig zu machen und in aggressive Konkurrenz zueinander zu bringen. Die stereotype Barbie möchte Beach-Ken eigentlich nicht verletzen, wird aber von Gloria motiviert, Ken zu besuchen, um die Herrschaft der Kens abzuwenden. Barbie erklärt sich bereit, Kens „Langzeit-Gelegenheitsfreundin ohne tiefe Bindung“ zu werden, was dieser zunächst mit vorgetäuschter Gleichgültigkeit quittiert, sich sodann kurz in sein Mojo-Dojo-Casa-Haus zurückzieht, um aus dem Hintergrund begeistert *„Sublime!“* zu rufen (1:22:20). Für ihn scheint ein lang gehegter Traum in Erfüllung zu gehen. In den Kens steckt immer noch der Wunsch nach Bewunderung und Anerkennung. Dies wird vom Film als Schwäche der Männer dargestellt, die sich die Barbies zunutze machen.

Kurz darauf füllt Ken Gitarre spielend den Bildraum. Er spielt für Barbie, die ihn schmachkend ansieht, seit Stunden (wie in einer Schrifteinblendung zu erfahren ist) den Song „Push“ von Matchbox Twenty (1997; Text s. Anhang). Als die Kamera zurückfährt, wird der Blick auf zahlreiche Kens frei, die an Lagerfeuern in unmittelbarer Nähe zueinander sitzend den gleichen Song für ihre jeweiligen Barbies performen. Diese Häufung lässt zusammen mit dem für eine musikalische Liebeserklärung völlig unpassenden Text (*„I wanna push you around! [...] I wanna take you for granted“* (1:23:43)) die Szenerie grotesk und die Kens lächerlich und einfältig erscheinen. Die stereotype Barbie täuscht schließlich vor, einen Anruf von einem anderen Ken erhalten zu haben, und erhebt sich, um sich diesem anderen Ken zuzuwenden, was sich parallel bei den anderen Barbies wiederholt. Damit ist endgültig Zwietracht unter den Kens gesät. Barbies Stimme kommentiert das

Ereignis aus dem Off: „*You play on their ego and their petty jealousies and you turn them against each other*“ (1:24:55).

Feministinnen und Feministen werfen der patriarchalen Gesellschaft oft vor, Frauen dahingehend zu manipulieren, immer gefallen zu wollen. Dies nutzt das Patriarchat gleichzeitig bei der Unterdrückung von Frauen aus. Gloria spricht dieses Dilemma und seine mögliche Überwindung zuvor in ihrer Rede an („*You have to find a way to reject men’s advances without damaging their egos*“ (01:19:01)). Gelingt es den Frauen, sich vom ständigen Gefallenwollen zu lösen und dem Bedürfnis der Männer nach Bewunderung nicht mehr zu entsprechen, können sich Verhältnisse wandeln. Im Film spielen die Barbies die Sehnsucht der Kens nach Bestätigung und Anerkennung aber gezielt gegen diese aus. Sie fallen dabei zwar in Missgunst ihres jeweiligen Partners, entfachen aber gleichzeitig den kalkulierten Konkurrenzkampf unter den Kens.

Beach-Ken ruft als typisch maskuline Reaktion auf Konflikte zu eskalierender Gewalt auf: dem Krieg der Kens gegen die Kens („*We go to war*“ (1:25:24)). Dabei bleibt unklar, wer gegen wen zu kämpfen hat, was den Widersinn dieses Vorhabens unterstreicht und das Publikum belustigt. Dies führt schließlich zu einer wilden Kampfsequenz zwischen allen Kens, ausgetragen mit männlich assoziiertem Kinderspielzeug (z.B. Pfeil und Bogen), diversen Sportartikeln (Tennisschlägern, Wasserbällen, Ruderpaddeln etc.) und Steckenpferden. In wechselnden Konstellationen „spielen“ die Kens am Strand planlos den Krieg untereinander. Martialische Gesten sowie übertriebene Mimik einerseits und dabei nur angedeutetes Kampfverhalten sowie infantiles Gerangel andererseits lassen das Gesehene zusätzlich lächerlich erscheinen. Zu den Klängen von Goslings Song „I’m just Ken“ (Text s. Anhang), in dem er sein Schicksal besingt, wandelt sich das Geschehen bald zu einer Tanzsequenz, die sich phasenweise in einem gesonderten, entgrenzten Raum ereignet und schließlich mit der Solidarisierung aller Kens endet.

Unterdessen setzen die Barbies die alte Verfassung wieder in Kraft, was im Anschluss ausgelassen von ihnen gefeiert wird. Barbieland wurde erobert und musste zurückgewonnen werden. Gesellschaftliche Machtssysteme wie das Patriarchat sind veränderbar. Auch diese Botschaft transportiert der Film, auch wenn die dazu nötigen Prozesse in BARBIE nur verkürzt und sehr simplifiziert dargestellt sind. Den Kens wird ihre Revolution nicht vorgehalten und anstatt das Matriarchat in alter Form zu reinstallieren, sind die Barbies nun bereit, für mehr Gleichberechtigung zwischen Kens und Barbies zu sorgen. Die Präsidentin-Barbie (Issa Raes) bringt dies zum Ausdruck: „*No Barbie or Ken should be living in the shadows*“ (1:38:03). Sie entschuldigt sich auch im Namen aller Barbies bei der Weird-Barbie für deren ausgrenzendes Verhalten.

Insgesamt steht dem als männlich gekennzeichneten selbstverliebten, rechthaberischen und egozentrischen Verhalten im Kendom-Land solidarischer, vermittelndes, integratives und gemeinschaftsorientiertes weibliches Handeln gegenüber. Genderstereotype werden bei der Inszenierung des Geschlechterkampfes fortlaufend reproduziert, selten aber lässt sich Gerwigs Tonfall als explizit

männerfeindlich interpretieren. Die Szene, in der die Kens, eine Mauer vertikal anstatt horizontal errichten (1:09:14), kann als eine solche Verunglimpfung betrachtet werden.

Als Ken wegen eines Postens am Obersten Gerichtshof bei der Präsidentin nachfragt, wird dies als unangemessene Forderung zurückgewiesen und lediglich ein Posten an einem nicht so hochrangigen Gericht in Aussicht gestellt. Die Erzählerin kommentiert sarkastisch spöttelnd: „*Well, the Kens have to start somewhere. And one day, the Kens will have as much power and influence in Barbieland as women have in the Real World*“ (1:38:42). Damit ist erneut eine feministische Kritik adressiert: Obwohl in den westlichen Gesellschaften formal eine Gleichberechtigung der Geschlechter vor dem Gesetz existiert, deckt sich dies nicht mit der gesellschaftlichen Realität, in der Frauen in wichtigen politischen Ämtern oder wirtschaftlichen Funktionsstellen unterrepräsentiert sind.

8. Identitätsfindung Kens

„*I'm Kenough.*“ (Ken 1:41:31)

In Barbieland (wie auch in der ursprünglichen Marketingkonzeption Mattels) war Ken im Gegensatz zur völlig autarken und mit sich im Einklang lebenden Barbie eine unbedeutende, unnütze und von ihrer Aufmerksamkeit abhängige Figur. Stets sehnte Ken sich nach Zuspruch und Anerkennung. Auch wenn das Patriarchat ihn zu einem selbst- und rachsüchtigen Chauvinisten werden ließ, eröffnete es ihm doch endlich die Möglichkeit, von Barbie wahr- und ernstgenommen zu werden. Es verband sich damit für ihn sogar die Hoffnung, dass seine Macht Barbie endlich dazu bringen würde, ihn zu lieben.

Nachdem die Präsidentin-Barbie die Wiedereinsetzung der Barbieland-Verfassung proklamiert hat und die patriarchalische Revolution gescheitert ist, bricht sein chauvinistisches Selbstbild allerdings vollends zusammen. Desillusioniert zieht er sich laut weinend aus dem Kreis der Kens zurück. Die stereotype Barbie folgt ihm und es kommt zu einer längeren, von intensivem Dialog getragenen Sequenz der Zweisamkeit, bei der Ken seine Identität findet.

Schon bevor es zum großen Kampf unter den Kens kommt, hatte Gosling den extra für den Film geschriebenen Song „*I'm just Ken*“ (1:26:00 bis 1:30:58; Text s. Anhang) angestimmt, der auch die kriegerische Auseinandersetzung musikalisch unterlegt und die später in der filmischen Handlung erzählte Selbsterkenntnis Kens bereits vorwegnimmt. Gerwig lässt Beach-Ken mit der Ballade sich und seine Rolle reflektieren und seine wahren Gefühle ausdrücken. Dabei benennt er unerwiderte Liebe als den eigentlichen Grund seiner Sinnkrise („*Where I see love, she [stereotype Barbie] sees a friend. What will it take for her to see the man behind the tan and fight for me?*“ (1:26:43)) und beschreibt, wie verzweifelt er sich bei dem Versuch fühlt, Barbies Anerkennung zu erlangen („*I have feelings that I can't explain, drivin' me insane*“ (1:26:12)), und wie sehr er sich darum bemüht hat („*No one*

knows how hard I tried“ (1:26:07)). Er ist es leid, stereotype Puppe zu sein, und sehnt sich nach Bedeutung („*I wanna know what's like to love, to be the real thing*“ (1:28:22)). Die befreiende Erkenntnis, Gefühle zu haben und ehrlich und unverstellt zu ihnen stehen zu können, bestärkt ihn („*Can you feel the Kenenergy?*“ (1:29:39), „*I'm just Ken (and I'm enough)*“ (1:30:21)). Stellvertretend für alle Kens, die das Schicksal des Unbedeutend-Seins teilen, erlebt Beach-Ken eine Entwicklung, die sich auf alle Männer überträgt, zum Abbruch ihrer Auseinandersetzungen führt und ein Gefühl der männlichen Solidarität evoziert, das sie einander die Hände reichen lässt („*Put that manly hand in mine*“ (1:30:38)).

Das Gespräch zwischen Barbie und Ken, die sich beide in existentiellen Sinnkrisen befinden, ereignet sich in der durch spärliche Beleuchtung und ruhige Musik als intim akzentuierten Atmosphäre ihres Schlafzimmers. Während Ken äußerlich unverändert im betont maskulinen Outfit erscheint, gleichzeitig aber innerlich schwach und verwundbar ist, lässt Barbies gelbes Kleid eine bereits vollzogene Wesensänderung vermuten. Barbie ermutigt Ken zunächst, sich vom männlichen Verhaltensstereotyp zu lösen und die eigenen Emotionen zuzulassen („*It's okay if your crying*“ (1:32:53)), anstatt sie hinter einer Fassade zu verstecken und sich unnahbar zu geben. Ken räumt ein, dass es ihm nie um männliche Dominanzausübung ging („*To be honest, when I found out that patriarchy wasn't about horses, I lost interest anyway*“ (1:33:32)). Stattdessen war er letztlich nur auf Barbies Zuneigung aus und träumte stets davon, nicht nur in ihrer Nähe, sondern mit und bei ihr zusammen in einem gemeinsamen Haus zu leben.

Barbie, die erkannt hat, dass das Aufbegehren der Kens aus deren verletztem Ego resultierte, entschuldigt sich dafür, Ken ignoriert und für selbstverständlich genommen zu haben. Ken missdeutet dies als Annäherung und will Barbie küssen, wird jedoch erneut zurückgewiesen, woraufhin er sich selbst verzweifelt ins Gesicht schlägt. Unter Tränen beklagt er, nur als ihr Accessoire erschaffen worden zu sein („*I only exist within the warmth of your gaze*“ (1:34:38)) und nicht zu wissen, wer er eigentlich ohne sie ist („*I just don't know who I am without you*“ (1:34:21)). Barbie ermuntert ihn, auch jenseits seiner amourösen Ambitionen, die sie nicht erwidern kann, zu erforschen, wer er als Individuum sein könnte. Ihm ist es fremd, sein Schicksal selbst bestimmen zu müssen. Barbie aber versichert ihm, dass es völlig ausreichend ist, „nur Ken“ zu sein. Indem sie zu der Erkenntnis kommt „*Maybe it's Barbie ... and it's Ken*“ (01:35:52), räumt sie ihm einen ebenbürtigen Platz ein.

Auch Barbie hat sich bereits mit Fragen nach der eigenen Identität auseinandergesetzt. Bei ihrer Rückkehr ins Barbieland hatte sie den eigenen Wert noch ausschließlich über Äußerlichkeiten und materiellen Besitz definiert und entsprechend gegenüber Gloria und Sasha geäußert: „*Wait until you see my Dreamhouse. Everything I've bought and own will totally inspire you*“ (0:58:04). Nun revidiert sie dies gegenüber Ken: „*You're not your house. You're not your mink. Maybe all the things that you thought made you 'you' aren't really you*“ (1:35:34).

Während der gesamten Handlungsdauer hat Ken mit seinem Selbstbild und seiner Männlichkeit gekämpft, um schließlich einzusehen, dass patriarchale Ideale seine Probleme nicht lösen. Mit Barbies Hilfe lernt er, dass er verletzlich und emotional sein darf und sein menschlicher Wert sich nicht nach seinem Ansehen oder gängigen Statussymbolen bemisst, sondern er diesen aus sich selbst schöpfen kann. „*Ken is me*“ (01:36:03), stellt er fest. Dieses Bewusstsein bahnt den Weg zu seiner Individuation und damit seiner „innerste[n]), letzte[n] und unvergleichliche[n] Einzigartigkeit“ (Hengehold 2019: 34). Es hat die Loslösung aus der Abhängigkeit von Barbie und die Einleitung eines Prozesses der Selbstentdeckung zur Folge. Auch für die anderen Kens ist dies initiiert. Für Beach-Ken bedeutet dies zusätzlich, ohne Barbie leben zu müssen. Als er ihr zum Abschied winkt, trägt er einen Hoodie mit der Aufschrift „*I’m Kenough*“ (1:41:45).

Im Gegensatz zu vielen hypermaskulin auftretenden Protagonisten anderer Hollywood-Produktionen lässt Gerwig ihren Hauptdarsteller eine Auseinandersetzung mit der eigenen toxischen Männlichkeit führen. Neben „*Kenough*“ wird im Song „*I’m just Ken*“ mit dem Wort „*Kenergy*“ eine weitere Kontamination im Film verwendet (1:29:40). In einem Interview mit *extraTV* (2023) bezieht sich Gerwig darauf und erläutert, welches Männerbild sie mit Beach-Ken zu zeichnen versuchte: *“I think there’s self-actualized Kenergy, which is where Ken gets to at the end of the movie. [...] Men in their sort of strength and confidence, supporting women with an open hand”* (5:45).

Selbstermächtigung und Selbstwertgefühl sind bedeutende Motive des Gerwig-Films und entsprechen überdies einer typischen Thematik des postmodernen Films (vgl. Eder 2002: 11). In Barbie steht dies insbesondere im Zusammenhang mit der Frage nach dem Verhältnis der Geschlechter. Die Besinnung auf den eigenen Wert ist eine von Gerwigs Antworten auf die Ausgrenzung eines Geschlechts, das nach de Beauvoir in die Rolle des „Anderen“ gedrängt wird und dessen Selbstwertgefühl von einem dominanten Gegenüber unterdrückt ist.

9. Menschwerdung Barbies

„Maybe I’m not Barbie anymore.” (Barbie 1:42:11)

Nachdem Kendom-Land, wo alle Barbies ihrer Macht und Autonomie beraubt waren, zurückerobert worden ist und noch während alle ihren Triumph gemeinsam begeistert feiern, sieht das Publikum eine sinnierende und nachdenkliche stereotype Barbie in Frontalaufnahme ihres Gesichts (1:31:41). Nicht nur Ken, auch Barbie steckt seit der Begegnung mit der wirklichen Welt in einer existentiellen Sinnkrise. Obwohl sie ihrer Bestimmung folgend, Frauen stets empowern wollte („*I love women. I want to help women*“ (0:54:17)), stand sie im unversöhnlichen Konflikt zwischen dem auf sie projizierten Ideal einerseits und Anfeindungen, wie sie etwa durch Sasha artikuliert wurden, und Misogynie, die sie vielfältig zu erleiden

hatte, andererseits. Dies ließ sie schlussfolgern, dass sie selbst wertlos und die „Real World“ für immer und unwiderruflich kaputt ist (0:54:09). Bei ihrer Rückkehr ins Barbieland träumte sie noch von einem Wiedereintritt in ihr zuvor sorgloses Leben. Gloria und Sasha gegenüber schwärmte sie von ihrer heilen Welt: „*Ready for fun?*“ (0:55:44); „*Come on and feel the magic!*“ (0:55:49).

Ihre niederschmetternden Erfahrungen und das Zerschneiden ihrer Traumwelt durch Kendom-Land führten jedoch zunächst zu noch tiefer empfundener Traurigkeit und schließlich ohnmächtiger Resignation („*I’m not pretty anymore*“ (1:13:05); „*I’m not good enough for anything*“ (1:13:41)), zumal sie im Gegensatz zu anderen Barbies auch im Barbieland nie eine Aufgabe oder Bestimmung hatte, außer der, stereotyp perfekt zu sein. Dadurch fehlt ihr nun auch die Fähigkeit, initiativ zu werden und ihr Schicksal selbst gestaltend in die Hand zu nehmen. Sie beschließt, darauf zu warten, dass eine Barbie in Machtposition etwas gegen die Kens unternimmt (01:06:30). Den Widerspruch zwischen den überhöhten an sie gerichteten Erwartungen und der gefühlten Leere ihres undefinierten Seins löst sie letztlich darin auf, ihre Identität zu ergründen. Weil sie erkennt, dass nicht materieller Besitz oder auf sie projizierte Ideale ihren eigentlichen Wert ausmachen (1:35:34), kann sie auch Ken helfen.

Nach der Konterrevolution scheint das Barbie-Universum repariert zu sein. Allerdings weiß Barbie nicht mehr, welches ihr Platz darin sein könnte oder wo sie eigentlich hingehört („*I’m not really sure where I belong anymore*“ (1:40:10)). Der Weg zurück in ihr perfektes Leben und zu ihrem Stereotyp scheint keine Option zu sein. Mit ihrer Konfusion ist auch ein Unvollkommensein thematisiert, das sowohl Ken als auch die perfekte stereotype Barbie als Befreiung erleben dürfen, um als Subjekte wachsen zu können. Ein Individuum zu sein bedeutet für beide zugleich, auf ihre jeweils eigene Weise Mann bzw. Frau zu werden. So dekonstruiert Gerwig Barbie, die anfangs ein Symbol für Geschlechterstereotype und Fassade eines toxischen Schönheitsideals war, nun aber zu jemandem entwickelt ist, der versinnbildlicht, dass jeder und jede als Individuum einzigartig und wertvoll ist.

Schon früh im Film sind Hinweise auszumachen, die Barbies Transformation und Menschwerdung nahezu unausweichlich erscheinen lassen. Barbie hat die Vielfältigkeit und Komplexität menschlicher Beziehungen intensiv miterleben können (u.a. den Mutter-Tochter-Konflikt zwischen Gloria und Sasha) und Freude und Leid in der Realwelt gesehen. Sie hat darauf aber auch zunehmend menschlich reagiert und ein vielfältiges Spektrum eigener Emotionen erlebt, zu denen sie als Puppe im Barbieland nicht in der Lage war. Tatsächlich ist sie die einzige Barbie im gesamten Film, die zu Traurigkeit fähig ist. Schon in der Szene mit der alten Dame (0:32:41) vollzog sich mit ihrem Weinen ein erster Wandel zum Menschsein. Barbie stellte erstaunt fest, dass ihr eine Träne die Wange herunterläuft, und sprach zu sich selbst: „*That felt achy, but good*“ (0:32:45). Auch Ruth Handler bemerkte bereits im Mattel-Gebäude Veränderungen an Barbie („*You look different*“ (0:50:32)). Dass es ein Geheimnis jenseits der als gestört wahrgenommenen Realwelt zu entschlüsseln gilt, wird Barbie gegenüber mehrfach angedeutet. So

beklagte sich Barbie gegenüber Ruth Handler darüber, dass die „Real World“ nicht den eigenen Vorstellungen entspricht, und erhielt als Antwort: *„It never is. And isn't that marvelous?“* (0:50:52). Nicht zuletzt hat Barbie erfahren, dass sie durch eigenes Handeln Wirkung erzielen, Gefühle beeinflussen und selbstbestimmt unveränderlich Erscheinendes wandeln kann. Dabei war sie sich schon vor der Bekämpfung des Kendom-Lands ihrer eigenen Veränderung bewusst (*„It's like I'm already a woman“* (1:21:18)) und bekennt in der letzten Szene im Barbieland schließlich: *„I don't feel like Barbie anymore“* (1:41:04).

In den finalen Einstellungen im Barbieland findet Barbies Entwicklung einen vorläufigen Abschluss. Sasha fragt den CEO Mattels, welches Ende für Barbie vorgesehen ist. Barbies Erfüllung kann nicht, wie es für den CEO naheliegend erscheint, darin bestehen, sich in Beach-Ken zu verlieben und fortan ein belangloses Leben in der Barbievilla zu führen. Barbie stellt nachdenklich fest: *„I don't think I have an ending“* (1:40:15). Unerwartet erscheint Ruth Handler, die sich jetzt als ihre Schöpferin zu erkennen gibt. Sie erklärt, dass sie Barbie bewusst ohne Ende, als Ideal und Idee erdacht hat, und lädt sie zu einem gemeinsamen Spaziergang ein.

Die beiden betreten einen entgrenzten, traumartig verklärten und nur durch wenige, häufig wechselnde Farblichter akzentuierten Raum (1:41:47), der einen undefinierten Zwischenbereich zwischen Barbieland und „Real World“ markiert. Durch seine Leere gewinnen die gesprochenen Worte und spärlichen Gesten in dem sich entspannenden Dialog eine noch höhere Beachtung und Intensität. Barbie ist verunsichert und melancholisch. Ruth Handler führt ihr vor Augen, dass sie das Barbieland vor dem Patriarchat gerettet hat und sich Gloria und Sasha mit ihrer Hilfe wieder gefunden haben. Barbie lässt dies jedoch nicht als ihren Verdienst gelten und verweist auf das solidarische Handeln der femininen Gemeinschaft und das gegenseitige Unterstützen von Mutter und Tochter.

Gleichzeitig fühlt Barbie jetzt überdeutlich, nicht mehr als Barbie leben zu können. Ruth Handler will ihr daraufhin erklären, dass Menschsein an Widrigkeiten und Vergänglichkeit gekoppelt ist (*„Ideas live forever, humans not so much“* (1:42:28)). Barbie aber möchte mehr sein als nur eine Idee, die unveränderlich ewig weiterbesteht. Sie möchte ihrem Leben Sinn geben, für die Welt etwas Sinnhaftes sein und in ihr gestaltend handeln (*„I want to be a part of the people that make meaning. Not the thing that's made. I want to do the imagining. I don't wanna be the idea“* (1:43:07)), auch wenn dies bedeutet, dass sie altern und sterben wird. Barbie fragt Ruth Handler um Erlaubnis, menschlich werden zu dürfen. Handler erklärt, dass sie keine Kontrolle über diese Entscheidung hat. Barbies Menschwerdung wird nicht autorisiert, sondern resultiert allein aus autonomem Willen, der aus der Auseinandersetzung mit dem eigenen Sein geboren wird (*„It's something that I just discover I am“* (1:44:10)).

Barbie und Ruth Handler reichen schließlich einander die Hände. Handler fordert Barbie auf, die Augen zu schließen und zu fühlen. Zu der nachdenklichen Musik von Billie Eilishs *„What was I made for?“* (Text s. Anhang) sieht das Publikum

eine Montage fragmentarischer Amateurfilm- und Homevideo-Sequenzen (1:44:59). Gerwig verwendet eine Art Foreshadowing als Erzähltechnik. Die Aufnahmen geben Barbie Eindrücke davon, was das Leben als Frau in der Realwelt an Erfahrungen und Gefühlen für sie bereithalten könnte. Gerwig erklärte in einem Interview mit *Entertainment Weekly*, dass es sich bei den Bildern um originales Material handelt, das sie sich von den Barbie-Darstellerinnen und der Filmcrew erbeten hatte (vgl. Lenker 2023). Allein durch diese Authentizität erreicht Gerwig ein hohes Maß an Eindringlichkeit. Nur von positiven, freudvollen Seiten des Frauseins wird hierbei erzählt. Somit stellt diese Sequenz einen harten Kontrast zum Monolog Glorias dar, der frustriert und anklagend von der Unmöglichkeit des Frauseins erzählte. Der Bogen zu einer Botschaft, die sich damit generell und für Barbie im Besonderen verknüpft, ist gespannt: Trotz aller Schwierigkeiten und Probleme lohnt es, in der realen Welt Frau zu sein und das Wundervolle und Schmerzliche des Lebens zu entdecken.

Dies mag auch die Aussicht einschließen, Mutter werden zu können. Die Homevideo-Sequenzen zeigen u.a. Mütter, die beispielsweise einem Säugling die Flasche geben, innige Momente im Kontakt mit Kleinkindern erleben oder ein heranwachsendes Kind bei entscheidenden Momenten des Erwachsenwerdens begleiten (Schulabschluss, Hochzeit) (1:45:07). Barbie jedoch kann ihrer Bestimmung nach alles sein – außer Mutter. In der Eröffnungssequenz verkündete der Film noch euphorisch die Ablösung und Befreiung des Puppenspiels von der Mutter-Kind-Thematik durch Erscheinen Barbies. Das Intro suggerierte, dass Barbie eigens dafür erfunden wurde, um Kindern beim Spielen eine andere Rolle als die der Mutter zu ermöglichen, und Midge ist gerade wegen ihrer Schwangerschaft Ausgestoßene der Barbie-Gesellschaft. Für die geschlechtslose Barbie hingegen eröffnet ihre biologische Frauwerdung die Möglichkeit, auch im Muttersein Erfüllung zu finden. Bereits zuvor hatte Gloria Mattels CEO den Vorschlag unterbreitet, eine „gewöhnliche“ Barbie zu veröffentlichen und dabei das Mutter-Motiv angesprochen: *„Maybe she’s a mom. Maybe she’s not. Because it’s okay to just want to be a mom or to wanna be a president or a mom who is president“* (1:39:04).

In der letzten Einstellung der Sequenz mit Ruth Hendler sieht man Barbie von Ferne an diesem unbestimmten Ort jenseits von Zeit und Raum. Weißer Nebel lässt ihre Konturen zunehmend unschärfer erscheinen, bis sie gänzlich darin verschwunden ist. Es folgt eine Überblendung, die den Blick auf Venice Beach, Los Angeles und somit die „Real World“ freigibt. Gloria, ihr Ehemann (Ryan Pier) und Sasha setzen Barbie mit dem Auto vor einem Bürogebäude ab. Zuvor sprechen sie ihr noch Mut für den nächsten Schritt zu und versichern ihr, stolz auf sie zu sein. Barbies offenkundige Aufregung und ihr bräunlich-beigefarbenes Blazer-Outfit lassen vermuten, dass sie für einen Job vorsprechen will. Lediglich die Sandalen, Reminiszenz an die Szene, in der Weird-Barbie sie zur Wahl zwischen „Real World“ und Puppenwelt aufforderte, und nun sichtbares Zeichen ihrer Entscheidung, Mensch zu sein, stören diesen Eindruck. Am Empfangstresen gibt sie als ihren Namen „Barbara Handler“ an, den Namen von Ruth Handlers Tochter, für die sie einst

erschaffen wurde. Zum überraschenden Abschluss des Filmes erscheint in der letzten Kameraeinstellung das strahlende Gesicht Barbies, als sie in die Kamera blickend verkündet: „*I'm here to see my gynecologist*“ (1:47:15). Gerwig bemerkte Folgendes zum Ende des Filmes: *“I knew I wanted to end on a mic drop kind of joke, but I also find it very emotional”* (Ryan 2023).

Barbie hat somit vermutlich nun eine Vagina. Dies ist keinesfalls als eine Reduzierung des Frauseins auf ihre äußeren Geschlechtsteile zu verstehen. Es bedeutet vielmehr, dass Barbies Menschwerdung in einem letzten Schritt auch rein physisch vollständig vollzogen ist. Barbie entscheidet sich trotz vieler Unwägbarkeiten gegen ihr ursprüngliches Sein als genitalloser Konstruktcharakter im Sinne des Gender-Begriffs und für das Leben als geschlechtliches Wesen.

10. Feministische Resonanz

10.1. Feminismen der Gegenwart – ein Versuch der Bestandsaufnahme

Der Begriff „Feminismus“ entstand im späten 19. Jahrhundert und setzte sich mit den internationalen Frauenbewegungen ab 1968 weltweit als Leitbegriff durch (vgl. Lenz 2018a). Er fasst zahlreiche, sich teilweise widersprechende Konzepte, Strategien und Bewegungen zusammen, weshalb auch oft pluralisch von „Feminismen“ die Rede ist (vgl. Heinrich-Böll-Stiftung). Sie haben in den vergangenen Jahren insbesondere in popkulturellen Sphären zunehmend wieder Aktualität und Bedeutung erlangt (vgl. Gill 2018: 17). Zudem gewinnen Feminismen auch in kommerziellen Räumen „als Trend und Verkaufsargument“ an Aufmerksamkeit (André 2022: 145).

Alle feministischen Strömungen betrachten vorherrschende Gesellschaftsordnungen in Vergangenheit und Gegenwart als androzentrisch und teilen als gemeinsame Grundannahme, dass jedes Geschlecht gleichwertig ist und deshalb gesellschaftlich, politisch und ökonomisch gleichberechtigt sein soll (vgl. von Barga 2018a). Grundanliegen sind vor allem die Abschaffung der Unterdrückung der Frau, des Sexismus und des Patriarchats und damit einhergehend die Veränderung gesellschaftlicher Normen und Wertesysteme (vgl. Holland-Cunz 2018: 5f). Dabei werden „Machtverhältnisse mit dem Ziel der Chancengleichheit, Menschenwürde und Selbstbestimmung aller Menschen“ kritisch hinterfragt (Friedrich-Ebert-Stiftung 2020: 2). Der Feminismus äußert sich sowohl in Form aufklärerisch-kritischer Theorie als auch politischer Agitation (vgl. Heinrich Böll Stiftung NRW).

Je nachdem, welche Gesellschaft reflektiert oder welche historische Zeit betrachtet wird, zeigt und zeigte der Feminismus höchst unterschiedliche Ausprägungen. „Das Doppelmotiv - Anspruch auf Würde und Kritik der Entwürdigung“ ist aber in fast allen Politikfeldern, Zeiten und Kontinenten auffindbar (Holland-Cunz 2018: 4).

Feministinnen und Feministen erheben häufig die Kritik, dass „während sich Jungen und Männer die Welt als gemeinsame Heimat gestaltend aneignen“, Frauen von der Gesellschaft „auf das Gefallen-Sollen und ein von Anderen abgeleitetes, dumpfes Leben“ verwiesen werden (ebd. 5). Diese Verweisung der Frau auf die Rolle des „Anderen“ (vgl. de Beauvoir 2005: 12) bzw. das „sexistische *othering*“ mindert „die Bedeutung der Individualität von Frauen und hemmt aktiv deren Entwicklung“ (Hengehold 2019: 36). Entwicklungsmöglichkeiten sind eng an den „Handlungsspielraum eines Menschen“ gebunden, der durch die gesellschaftlichen Umstände gewährt oder vorenthalten wird (Stokowski 2019: 6). Insbesondere Frauen, so lautet ein feministischer Vorwurf, „verschleiben“ durch die endlose „Sisyphusarbeit“ als Hausfrau oder Mutter ihre Kräfte, was sie daran hindert, eigene Pläne und Entwicklungen zu verwirklichen (ebd. 8). Grundsätzlich bedeutet dies: „Die Frau könnte alles sein, was ein Mensch zu ihrer Zeit sein kann, aber sie kommt sozusagen nicht dazu“ (ebd. 6), denn durch die Care-Arbeit ist die Frau als

Mutter und Hausfrau zwar keinesfalls untätig, „aber sie schafft nichts Eigenes: Sie verfolgt keine eigenen, nur ‚anonyme Entwürfe‘“ (ebd. 8).

Geschichtliche Taxonomien periodisieren Feminismus und verwenden hierbei oft eine Zählung in „Wellen“, denen jeweils ein übergeordnetes Thema zugeordnet ist. Die erste Welle umfasst die Zeit von der Französischer Revolution bis etwa 1933, die zweite Welle die der „Studenten- und Bürgerrechtsbewegungen bis in die 1990er Jahre“ und die dritte Welle schließlich die Zeit bis ins 21. Jahrhundert (Holland-Cunz 2018: 6). In einer stark vereinfachenden Form lässt sich die Chronologie feministischer Hauptforderungen in westlichen Gesellschaften vom 18. bis zum 21. Jahrhundert wie folgt nachzeichnen: „Wissen/Bildung, Arbeit/Lohn, politische Teilhabe, Gewaltfreiheit, sexuelle (u.a.) Selbstbestimmung“ (ebd.: 4). Mit einer zunehmenden Ausdifferenzierung feministischer Ansätze in den letzten dreißig Jahren ist in uneinheitlicher Form oft schon von vierter oder fünfter Welle die Rede, so beispielsweise in Zusammenhang mit dem Netzfeminismus, der sich durch die Nutzung moderner Medien in eigener Weise artikuliert (vgl. Munro 2013:22).

In reduzierender Form und in einigen Fällen nicht trennscharf sollen nun einige der zahlreichen aktuellen Feminismen nach Schwerpunkten kurz klassifiziert werden. Dabei soll auch deutlich werden, wie schwierig es ist, hinter feministischen Postulaten und Erklärungsversuchen gesellschaftlicher Realität ein „Unisono“ zu erkennen und nach dem einen Feminismus zu suchen.

Dem *liberalen Feminismus* liegt kein ausgeprägtes Genderkonzept zugrunde. Er betont die menschenrechtliche Gleichheit trotz gesellschaftlicher Ungleichheit und fordert im Rahmen der bürgerlichen Gesellschaft die Gleichstellung unabhängig vom Geschlecht, das „eher als persönliche Angelegenheit“ verstanden wird und „die Chancen in Beruf und Politik“ nicht tangieren soll (Lenz 2018a). „Kernthemen sind Antidiskriminierung, berufliche Gleichstellung und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf für Eltern“ (ebd.). Dagegen geht der *Differenzfeminismus* „von einer sozialen oder soziobiologischen Differenz zwischen Frauen und Männern aus“ (Holland-Cunz 2018: 6) und postuliert beispielsweise eigene Aufgabenbereiche für „Frauen, die als potenzielle Mütter für Liebe, Fürsorge und Frieden stehen“ und über spezifisch weibliche Fähigkeiten verfügen, die es „in Kommunikation und Beziehungen“ einzubringen gelte und die in „Wirtschaft und Politik Vorteile“ böten (Lenz 2018a).

Eine globale Perspektive nimmt der *postkoloniale Feminismus* ein und untersucht „die Geschlechterverhältnisse im Kontext der globalen Machtverhältnisse“, wobei „die Ungleichheiten und die Gewalt der postkolonialen Welt“ herausgearbeitet werden (ebd.). Der *ökologische Feminismus* fokussiert „die Ausbeutung von Natur und Frauen im patriarchalen Kapitalismus“ und hinterfragt in seinen neueren Strömungen auch die Konstruktion vergeschlechtlichter Naturverhältnisse (ebd.). Mit eigenem Gesellschaftsbild kritisiert der *sozialistische Feminismus* „strukturelle Ungleichheiten nach Klasse, Geschlecht und Rasse in der kapitalistischen Gesellschaft“(ebd.). Er adressiert „den Ansatz der menschlichen

Reproduktion“ (Geburt und Versorgung der Menschen) und beanstandet u.a. die unentlohnte Care-Arbeit, die im neopatriarchalen Kapitalismus qua Geschlecht den Frauen zugewiesen wird oder bei geringer Entlohnung „zum Beispiel von Einwanderinnen im Haushalt geleistet wird, wobei Geschlecht, Klasse und Migration intersektional zusammenwirken“ (ebd.).

Verflechtungen zwischen und Interdependenzen von Ungleichheitsstrukturen, wie sie sich aus Klasse/sozialem Status, Rasse/Ethnizität, Behinderung und Geschlecht ergeben (zum Beispiel Frau/ Muslima/ PoC), thematisiert explizit der *intersektionale Feminismus*, der vor allem auf die Erfahrungen Schwarzer Frauen und Lesben in den USA zurückgeht, die sich im Feminismus weißer Mittelschichtsfrauen nicht wiederfinden (vgl. von Barga 2018a). Er hinterfragt das elitäre, normative, „weiße“ Verständnis des westlichen Wohlstandsfeminismus und mag auch als Beispiel für neuere, mehrdimensionale Denkansätze stehen.

Zur grundlegenden feministischen Wissenschaft und Theoriebildung gehörten in der Vergangenheit wissenschaftliche Konzepte, die Geschlecht als sozial konstruiert betrachten (ebd.; vgl. Horlacher 2010: 29). Die Existentialistin Simone de Beauvoir (1908–1986) beschrieb in ihrem Buch *Le deuxième sexe* (1949) den Gedanken eines „sozialen“ Geschlechts und führte aus, dass es eine spezielle Natur des Weiblichen nicht gibt. Eine Frau werde erst durch gesellschaftliche bzw. soziale Rollenzuschreibungen, erzieherische Maßnahmen und die dahinterstehenden Moralvorstellungen, patriarchale Normen und Sitten zur Frau („On ne naît pas femme: on le devient“ (de Beauvoir 1949: 13)). Auch Charaktereigenschaften wie „zurückhaltend“, „ordentlich“, „mütterlich“ entspringen solchen Zuordnungen (Friedrich-Ebert-Stiftung 2020: 14; vgl. auch Horlacher 2010: 20f). Es gibt demnach kein „typisch männlich“ oder „typisch weiblich“ (vgl. Weingarten 2004: 20). Damit verband sich auch die Aufforderung an Frauen, eine Gleichstellung in der Gesellschaft zu beanspruchen, und das Ideal, nur den individuellen Fähigkeiten und Vorlieben entsprechend freiheitlich zu leben. Da derartige soziale Zuschreibungen veränderbar sind (vgl. Feldmann/ Schülting 2002: 143; vgl. Braun/ Stephan 2000: 9f), untersucht die feministische Wissenschaft auch, „wie sich soziale Prozesse und Machtverhältnisse zwischen Geschlechtern“ verändern „und zu geschlechtsspezifischen Benachteiligungen“ und „Hierarchisierungen des Alltag beitragen“ (von Barga 2018a).

Manche sehen die Problematik solcher Sozialisationsmodelle darin, dass in ihnen bereits implizit vorausgesetzt ist, was eigentlich erklärt werden soll, nämlich Männlichkeit und Weiblichkeit. Erklärt wird, auf welche Weise die Bipolarität der Geschlechter in den Individuen ausgestaltet wird, nicht jedoch, woraus sich die Zweigeschlechtlichkeit an sich ableitet. Sie gilt eher als Naturtatsache (vgl. Seifert 2003: 2).

Judith Butler und andere Vertreterinnen des *dekonstruktiven Feminismus* bauten auf den Theorien de Beauvoirs auf und erweiterten sie. In ihrem Buch *Gender Trouble* (1990) diskutiert Butler die These, dass nicht nur die sozialen Geschlechterrollen (*gender*), sondern auch das biologische Geschlecht (*sex*) sozial

konstruiert ist (vgl. Friedrich-Ebert-Stiftung 2020: 21). Damit ist bestritten, dass sexuelle Identitäten und sexuelles Begehren in irgendeiner Weise natürlich sind (vgl. Heinrich Böll Stiftung 2010). Sie sind vielmehr kulturell durch Diskurse, Zuschreibungen und Erwartungen zwischen Menschen und alltäglichen Handlungen erzeugt und werden in performativen Akten wirksam (vgl. Lenz 2018a). Der dekonstruktive Feminismus steht somit für eine „radikale Ideologiekritik an biologischem Genderwissen“, „affirmativen Identitätskonzepten von ‚weiblich/männlich‘“ und „Heteronormativität“ (ebd.). Einst vermutete Gemeinsamkeiten werden dekonstruiert; Unterschiede innerhalb eines Geschlechts werden für größer erachtet als die zwischen den Geschlechtern. Die dekonstruktivistischen Forderungen zielen vor allem darauf ab, festgelegte Denkweisen bezüglich der Kategorie „Geschlecht“ über ein nur binäres Verständnis hinaus zu verändern (vgl. Heinrich Böll Stiftung 2010). Patriarchale Herrschaft bedeutet in diesem Kontext „die systemische Verweigerung frei gewählter Vorstellungen über die persönliche Identität und Lebensführung“ (Holland-Cunz 2018: 11).

Auch der *queere Feminismus* zeigt sich als neuere, zunehmend an Bedeutung gewinnende Strömung ebenfalls heteronormativitätskritisch. Er reagiert auf die Diskriminierung von Menschen aus dem LSBTTIQ*-Spektrum (Lenz 2018b: 23). Der Stern am Ende soll darauf hinweisen, dass auch Menschen inkludiert sind, die ihre Geschlechtsidentität nicht auf einen Begriff reduzieren lassen möchten. Diese „Abkehr vom Kollektivbegriff ‚Frau‘“ wird aus einigen Kreisen der Feministinnen und Feministen kritisch gedeutet, da sie für ein politisches Handeln „die Existenz von Frauen als erkennbare Subjekte“ für unabdingbar halten (von Bargen 2018a).

Insgesamt lässt für die letzten Jahren festhalten, dass der Feminismus zunehmend Themen der Diskriminierungen aufgrund der Hautfarben, Ethnizitäten, sexuellen Orientierungen, Klassenzugehörigkeiten oder Behinderungen verhandelt, und sich parallel eine Vervielfältigung der Taxonomien und Strömungen beobachten lässt, die kontrovers betrachtet wird. Einerseits erscheint der Feminismus vielfältig und durch seine Ausdifferenzierung effektiver in der Lage, Probleme zielgerichtet adressieren zu können, andererseits werden Zersplitterung und anhaltende Deutungsauseinandersetzungen beklagt, die feministische Solidarität schwächen (vgl. Holland-Cunz 2018: 11).

Unter dem Begriff *Postfeminismus*, für den verschiedene Lesarten existieren, wird u.a. diskutiert, ob eine breite feministische Bewegung der Vergangenheit angehört oder von einer Fortschrittsbewegung auszugehen ist (vgl. André 2022: 145 ff). In einer ersten Lesart wird er als epistemologischer Bruch mit früheren Formen des Feminismus verstanden, in denen vor allem die „Positionen weißer, westlicher und heterosexueller Frauen sichtbar wurden“ (Gill 2007: 250). Die Betonung von Vielfalt soll neue Perspektiven eröffnen, kann jedoch auch zu kritisch zu betrachtenden Entwicklungen führen:

Vor allem im Wirtschaftssektor dient ‚Diversity‘ als Markttrend, der Profit verspricht [...]. Die einfache Vervielfältigung von Differenzkate-

gorien ohne einen machtkritischen Blick im Rahmen kapitalistischer und neoliberaler Strukturen führt jedoch vielmehr zu einer Individualisierung von Diskriminierung und verhindert somit grundsätzliche Kritik an bestehenden Machtstrukturen. (André 2022:145).

Als historische Schwerpunktverlagerung innerhalb eines kontinuierlichen Wandels ist Postfeminismus in einer zweiten Lesart zu verstehen. Der Fokus liegt auf einem Generationswechsel und dem Verständnis von Feminismus „als dynamisch und in einem Prozess permanenter Veränderung begriffen“ (Gill 2018: 13). Dabei bietet sich der Postfeminismus als „Update“, „als ‚mädchenhafte‘, ‚sexy‘ Form des Feminismus“ an (ebd.).

Eine dritte Lesart sieht im Postfeminismus einen antifeministischen und reaktionären „Backlash“ aufgrund neoliberaler Einflüsse, der sich über die Meinung artikuliert, Feminismus sei heute „aufgrund eines wachsenden Individualismus“, in dem „Entscheidungsfreiheit“ und „Selbstverantwortung“ im Mittelpunkt stehen, veraltet und überflüssig (Gill 2007: 251). Das Präfix „Post-“ unterstreicht in diesem Fall den überholten Status des Feminismus (vgl. Gerdes 2012:12). McRobbie (2010: 48) merkt an, dass vermehrt die Botschaft vermittelt werde, die Gleichstellung der Geschlechter sei erreicht, womit auch eine Rückforderung von „natürlicher“ Weiblichkeit verfolgt werden könnte. Aktuell gehen mit den stetig wachsenden rechtskonservativen bzw. rechtspopulistischen Bewegungen in vielen westlichen Gesellschaften tatsächlich eine spürbare Gender-Retraditionalisierung und „Reetablierung von Sexismus, Rassismus und Queerfeindlichkeit“ einher (vgl. Henghold 2019: 34; vgl. Schmincke 2018: 32), die auch Angriffe auf Abtreibungs- oder Gleichstellungsrechte umfassen. Dabei soll die Frau auf ihre „natürliche“ Rolle zurückgewiesen werden, die vorsieht, Kinder zu gebären und sich vor allem um Familie und Care-Arbeit zu kümmern. Mobilisiert wird gegen die Gender Studies und Geschlechterforschung als „Gender-Ideologie“, „die Männer unterdrücken wolle und ein gemeinschaftliches Miteinander der Geschlechter verhindere“ (von Bargen 2018a).

Gegen reaktionäre Tendenzen protestierten am Tag der Amtseinführung von Ex-US-Präsident Trump im Jahr 2017 Hunderttausende beim sogenannten „Women’s March on Washington“ und setzen damit ein global sichtbares Zeichen für die Rechte von Frauen, Minderheiten und Muslimas (vgl. Friedrich-Ebert-Stiftung 2020: 25). Dabei trugen viele pinke Kopfbedeckungen („pussyhats“) (ebd.).

Der Feminismus findet aber in den beiden vergangenen Jahrzehnten auch abseits der Straße und vor allem bei jüngeren Frauen neue Solidarisierungsstrategien (vgl. André 2022: 145). Social Media und das Internet machen eine globale Vernetzung möglich, haben digitale Aktionsformen hervorgebracht und dem Feminismus zu neuer Sichtbarkeit verholfen. Oft ist in diesem Zusammenhang von Netzfeminismus die Rede. Ein vorläufiger Höhepunkt war die Debatte aus dem Jahr 2017 um sexualisierte Belästigung im amerikanischen Kulturbetrieb unter dem Hashtag #MeToo (vgl. Friedrich-Ebert-Stiftung 2020: 24). Auch darüber hinaus

gehen von vielen dieser Frauen der neueren feministischen Bewegung Impulse aus, selbstbewusst die eigenen Rechte durchzusetzen und den Begriff „Feministin“ offensiv für sich zu reklamieren, anstatt lediglich über Ungleichbehandlung zu klagen (vgl. ebd.).

Immer häufiger werden feministische Themen im Mainstream der Popkultur verhandelt. Kulturelle Erzeugnisse (Musik, Filme, Literatur) und Alltagspraktiken, die als Massenkultur Verbreitung gefunden haben, werden in einen feministischen Kontext übersetzt, kritisch diskutiert und mehr oder weniger subversiv umgedeutet (vgl. Bütow/ Heying 2024). Dies umfasst auch den selbstbewussten Umgang mit weiblich gelesenen Attributen (körperbetonter Kleidung, High Heels, Make-Up etc.), die nicht wie von früheren Feministinnen-Generationen abgelehnt, sondern selbstermächtigend zurückerobert werden sollen, weil auch deren Ablehnung als Vorschrift des Patriachats verstanden werden kann (vgl. Haaf et al. 2008: 22). Möglicherweise verleitet diese ironische Aufnahme feministischer Haltungen durch die Popkultur sowie eine oft eher an Äußerlichkeiten orientierte, oberflächlich anmutende Art der Agitation zur „[...] trügerische[n] Vorstellung, feministische Werte propagieren zu können, ohne dabei den ideologischen Ballast der feministischen (Groß-)Müttergeneration auf dem Buckel zu haben“ (Kauer 2009:4). Der Popfeminismus führt seine Auseinandersetzung gegen Sexismus und Männerherrschaft in jedem Fall weniger auf sozial-theoretischer als vielmehr auf kultur-praktischer Ebene (ebd.). Möglicherweise hat auch die Hitzigkeit politischer Forderungen von Feministinnen aus Gründen der Desillusionierung abgenommen oder weil wichtige Forderungen der Vergangenheit vermeintlich erreicht sind.

Im Jahr 2024 scheinen Frauen – oder der Menschentypus, der „Frau“ genannt wird – und Menschen jenseits der heteronormativen Matrix so emanzipiert wie nie zuvor. Die Lage in Deutschland kann wie folgt beschrieben werden:

Frauen werden gesetzlich in die Vorstände gehoben, werden motiviert, in die Politik oder in Technikberufe zu gehen und überfluten regelrecht den Arbeitsmarkt. Sie dürfen verhüten, werden mit der Endsilbe „-innen“ fast überall mitgenannt und können sich unter dem Hashtag # Me Too nun sogar über sexualisierte Gewalt beschweren. Das Geschlecht „divers“ ist gesetzlich anerkannt, queere Sexualität schaffte es von der Schmuddelkiste vor den Traualtar und die smartesten Kids identifizieren sich als non-binär. (Tsomou 2021).

Gleichwohl ist die in den westlichen Gesellschaften weitgehend gesetzlich niedergeschriebene formaljuristische Gleichberechtigung im politisch-gesellschaftlichen Alltag nicht selbstverständlich und durchgängig realisiert. Insbesondere die Lebenswirklichkeit von Frauen unterschiedlicher ethnischer oder sozialer Herkunft differiert diesbezüglich. Themen wie „Gender-Pay-Gap“, gerechte Verteilung der Care-Arbeit oder sexualisierte Gewalt in Beziehungen bleiben aktuell.

10.2 *BARBIE*s Verortung im feministischen Diskurs

„*White Savior Barbie!*“ (Sasha 1:16:45)

Aus dem breit gefächerten Meinungsspektrum der Feministinnen und Feministen äußerte sich verschiedene unterschiedlich gefärbte und motivierte Kritik an Gerwigs Film im Allgemeinen und der Konstruktion von Weiblichkeit im Speziellen. Im Folgenden sollen einige Ansätze dieser feministischen Resonanz auf Gerwigs Konstruktion von Weiblichkeit grob skizziert werden. Dies scheint neben der semiotischen Analyse des Films durchaus aufschlussreich, zeigt es doch, in welcher Form Frauen sich mit ihren feministischen Anliegen im Film wiederfinden und was er in ihnen spontan auslöst. Eingeräumt werden muss allerdings, dass diese Untersuchung überwiegend aktuellen Kommentaren aus dem Netz nachspürte und die Darstellung des Meinungsspektrums weder den Anspruch erhebt, ausgewogen zu sein, noch die volle Breite der Meinungsvielfalt abbilden kann.

Allein die Tatsache, dass ein profitorientierter Spielzeuggigant Auftrags-, Lizenz- und Geldgeber des Filmprojekts ist, ließ kritische Stimmen bereits präjudizierend Gerwig diskreditieren und ihre Glaubwürdigkeit in Frage stellen. Der anerkannten Feministin Gerwig wurde unterstellt, sie würde allzu bereitwillig Konzession an den Spielzeughersteller Mattel machen, was das feministische Potential des Films verwässere und ihn über allem als kommerzielles Produkt der Kulturindustrie erscheinen ließe. Der sich nur spärlich und zurückhaltend artikulierende Feminismus ehre „Mattel nur mehr, die sich jetzt noch als selbstkritisch, feministisch, politisch und ‚good sports‘ präsentieren können“ und dabei gleichzeitig „imstande sind, über sich selbst zu lachen“ (Papenbroock 2023). Die Ironisierung des Patriarchats und der humorige Grundton des Films hätten verharmlosenden Charakter (ebd.).

Die Geschichte der Puppe, die Gerwig weiterspinnt, referenziert einerseits nicht nur das Normen- und Wertesystems des Kapitalismus, sie ist andererseits – wie auch der Film selbst – auf dramatische Weise mit diesem verflochten. Gerwigs Feminismus kann sich nur unter den Bedingungen des Kapitalismus äußern. Zweifellos ist das gesamte Barbieland zunächst und vor allem anderen eine zutiefst kapitalistische Welt. Die Genderproblematik erscheint vielen linken Feministinnen vor diesem Hintergrund als zu oberflächlich abgehandelt. Der sozialistische Feminismus betrachtet das Patriarchat als grundlegendes Element des Kapitalismus, das diesen gleichermaßen konstituiert wie am Leben erhält. Folglich könne vom Kampf um die Befreiung von toxischen Geschlechterrollen, Sexismus und anderen Ausprägungen patriarchaler Gesellschaftsstrukturen nur erzählt werden, wenn gleichzeitig der Kampf gegen den Kapitalismus zum narrativen Gegenstand werde, da beide einander bedingen (vgl. Brandstötter et al. 2023). Zwar realisiert die stereotype Barbie in der „realen“ Welt die Auswirkungen eines patriarchal geprägten Systems, es wird aber, so die Kritik sozialistischer Feministinnen, „kein wirklicher ökonomischer Bezug aufgeworfen“ und patriarchale Strukturen nur über Wertvorstellungen thematisiert sowie auf soziokultureller Ebene diskutiert (ebd.). Damit

werde der Eindruck vermittelt „das Patriarchat sei nur eine Frage kultureller Einstellungen“ (ebd.). Das Patriarchat sei keinesfalls nur eine „Idee“ von Männern – wie es Gerwig im Übrigen auch Handler im Film formulieren lässt (1:42:42) – sondern ein „reales, historisch gewachsenes System“ (Brandstötter et al. 2023). Zudem wird gefragt: „Wo ist die alleinerziehende Barbie, die mit drei Jobs über die Runden kommen muss? Wo ist die Krankenpflegerin-Barbie, die mit Niedriglöhnen, Personalmangel und Burnout zu kämpfen hat?“ (ebd.). Gerwigs Barbieland wird folglich als klassenvergessen markiert. Die Frage nach der sozialen Durchlässigkeit wird weder gestellt noch beantwortet (vgl. Di Blasi 2023). Das Patriarchat werde für alle Frauen „gleich“ dargestellt, so auch die kritische Anmerkung marxistischer Feministinnen (vgl. Schmidt 2023).

Barbies Emanzipiertsein im Film gründet wesentlich auf ihrem materiellen Besitz. Ihre Emanzipation ist hauptsächlich sichtbar gemacht durch Äußerlichkeiten (z.B. ihr eigenes Auto und ihr eigenes Haus). Der Ansatz, dass Barbie „nur reich und erfolgreich und dadurch emanzipiert sein“ könne, komme „aus einer Zeit, in der Barbie dieser grundlegenden Vision der Unabhängigkeit ein Bild gegeben hat“ (Bee et al. 2023). Barbie steht mit beiden Puppenbeinen knietief im Kapitalismus und muss folglich als „Symbol [...] für die Konsumorientierung weiblicher Geschlechterrollen“ gelesen werden, „die die Identitätskonstruktion und Wahrnehmung eigener Interessen verhindert“ (Bleicher 2023).

Gerwig erzählt kaum davon, wie es den Kens gelingt, das Patriarchat im Barbieland zu etablieren. Fast wie ein „Virus“ (so Glorias Vergleich (1:01:35)) hat es alle Barbies „infiziert“. Der Film blendet also „einen extrem wichtigen Faktor aus: physische Gewalt“ (Behrmann 2023). Dieses notwendige Durchsetzungsmittel des Patriarchats zu vernachlässigen sei problematisch, „denn auch gesellschaftlich werden Femizide und Gewalt gegen Frauen zwar als Problem gesehen, aber nicht als konstitutiver Pfeiler des Patriarchats“ (ebd.). Besonderen Unmut rief hervor, dass der Kampf der Barbies gegen das Kendom-Land mit den klischeehaft gezeichneten „Waffen einer Frau“ geführt wurde. „Echte Befreiung“ von patriarchalen Zwängen könne nicht erreicht werden, „indem wir den Männern vorspielen, wir würden sie interessant und begehrenswert finden, um sie dann hintenrum auszutricksen“ (Freddy 2023). Die feministischen Kämpfe der Vergangenheit und Gegenwart würden durch Gerwigs Film so nur „verniedlicht“ (ebd.). Das Verhalten der „gebrainwashten“ Barbies im Kendom korrespondiert dabei mit einer Medendarstellung von Weiblichkeit in den 1970er- und frühen 1980er-Jahren, die „Frauen im Wesentlichen als schwache, gänzlich mit einem engen Spektrum von geschlechtsspezifisch klischeehaften Interessen beschäftigten Wesen und als in den Augen des männlichen Betrachters passive Sexualobjekte“ (Gill 2018: 16) präsentierte. In der aktuellen Medienkultur ist dagegen eher eine Verlagerung weg „von diesen ‚traditionellen‘ Formen der Verobjektivierung“ hin zu einer „Definition von Frauen als aktive, selbstbewusste, begehrende Sexualsubjekte“ festzustellen (ebd.).

Die Zurückeroberung der Macht und damit die Abwendung des drohenden Patriarchats wird von den Frauen im Barbieland durch einfache Abstimmung erreicht. Allein dies ist eine sehr simplifizierende Vorstellung und gilt vielen damit als unbefriedigende Auflösung des gesellschaftlichen Konflikts. Eine "feministische Entscheidung" könne politische Agitation im Kampf um umfassende Rechte für gefährdete und unterrepräsentierte Gruppen nicht ersetzen (Brandstötter et al. 2023). Auch eine konkrete, differenzierte Antwort, wie der Weg in eine egalitäre Gesellschaft schließlich aussehen könnte, muss Gerwigs Film schuldig bleiben. Kritisch wurde dies insbesondere von Vertreterinnen des sozialistischen Feminismus aufgenommen (vgl. ebd.), die darauf hinwiesen, dass eine hierarchische Struktur am Ende in Barbieland wiederhergestellt wird und auch in der „realen“ Welt keinerlei Veränderungen angestoßen werden, mit denen bestehende Ausbeutungs- und Unterdrückungsverhältnisse überwunden werden könnten. Das Patriarchat kann nur mit einer „verschränkten Analyse symbolischer Abwertung von Frauen, ökonomischer Diskriminierung und körperlicher Bedrohung“ erklärt werden (Behrmann 2023). Dass Männer „ihre toxische Männlichkeit reflektieren und sich bemühen, Frauen besser zu behandeln“, kann als „eine zutiefst individualistische Lösung, die die Zuschauer:innen eher hilflos zurücklässt“ kritisiert werden (Schmidt 2023).

Die weitgehende Ausblendung der Sexualität als entscheidenden Entstehungsfaktor patriarchaler Herrschaftsstrukturen mag ebenfalls als unzulässige Verkürzung in Gerwigs Erzählung empfunden werden. Einwenden ließe sich, dass Barbieland als kindlicher Blick auf die Welt inszeniert ist. Die narrative Handlungslogik kann einem Geschlechterkampf innerhalb einer Klassengesellschaft, die für eine systembedingte Verflechtung weiblicher Unterdrückung mit dem Kapitalismus verantwortlich sein könnte, nur schwerlich die Bühne geben. Die stereotype Barbie ist keine Variante einer Frau, keine individuelle Figur und kein Charakter. Sie ist in ihrer Puppenhaftigkeit nur begrenzt zu reflektierter Agitation in der Lage, als Konstrukt markiert und sie funktioniert als Symbol.

Die feministische Kritik an BARBIE fällt keineswegs unisono negativ aus. Oberflächlich betrachtet reproduziert der Film zwar teilweise unkommentiert und unhinterfragt stereotypische Geschlechterbilder (weibliche wie männliche) und repräsentiert damit genau die Darstellung von Weiblichkeit im Sinne patriarchalischer Normen, die bereits von den feministischen Theorien der 1970er- und 1980er-Jahre massiv attackiert wurde (vgl. Kapitel 2). Der westliche Popfeminismus der jüngeren feministischen Generation ist aber bereit, die durch Barbie repräsentierten Stereotype für sich positiv umzudeuten und Barbie als Symbol selbstermächtigend neu zu lesen. Unabhängig davon, welchem Geschlecht oder welcher Form der Sexualität man sich zuordnet, soll auch ein Bekenntnis zu stereotyp mädchenhaftem jederzeit repressionsfrei möglich sein. „You can be anything!“, so Mattels Werbeslogan. Ein feministisches Statement könnte heute entsprechend simpel lauten: „We can be anything!“ – Astronautinnen oder Fashionistas.

Dragqueens inszenierten sich bereits in den frühen 2020er-Jahren bewusst in Barbiekostümen als Ausdruck von „Hyperfemininity“, also einem überzeichneten Bild von Weiblichkeit. Hier ist „Trixie Mattel“ als eine der schillerndsten Figuren weltweit zu nennen, deren Künstlername bereits an den Spielzeughersteller erinnert (Gahr 2024). Popstar Lizzo, die auch einen Song zum Film beitrug, steht aktuell für die Botschaft, nicht wie die stereotype Barbie aussehen zu müssen, um eine positive feminine Identität anzunehmen (ebd.). Schon vor dem Erscheinen des Gerwig-Films entstand mit „Barbiecore“ ein breiter Modetrend, der sich an den pinken Outfits der Barbie orientiert. „Barbiecore“ wurde 2022 nicht nur als „the summer's hottest trend“ bezeichnet, sondern auch als „Gen Z and Millennial statement on diversity and feminism“ (Ward 2022). Feministische Bewegungen in der Arbeits- und Finanzwelt, in den Medien und der Politik nutzen Barbie, um sich zu empowern. Pink stellt die Farbe einiger #MeToo-Proteste dar oder spielte beispielsweise bei Protesten zum geschlechtsspezifischen Lohngefälle in den vergangenen Jahren eine Rolle (ebd.). In gewisser Weise propagiert Gerwigs Film die Wiederaneignung der Farbe Pink und aller vermeintlich schädlicher „mädchenhaften“ Dinge, die oft als negative, antifeministische Verkörperung von Genderstereotypen verstanden wurden (Brandstötter et al. 2023). Hinter dieser Ablehnung verberge sich „ein sexistischer Kern, der Mädchen und queeren Personen abspricht, eigenständige Entscheidungen treffen zu können [,] [...] sich auch mit vermeintlich typischem Mädchenkram zu befassen und trotzdem aus Genderstereotypen auszubrechen“ (ebd.).

Weibliche Stereotype können als solche bezeichnet, entlarvt, dekonstruiert, überzeichnet und dadurch letztlich entkräftet werden. Pinkheit und Barbielook sind zur Mitte der 2020er-Jahre als „exzessive positive Ausdrucksformen erfahrbar, die es weder zu neutralisieren, geschweige denn zu heilen gilt“ (Dang 2016: 83). In der „euphorischen Affirmation des ‚Frau-Seins‘ und der gleichzeitigen Dekonstruktion desselben“ liegt die „emanzipatorische Erfahrungsmodalität“ (ebd.) eines Films wie *BARBIE*, wie bezogen auf die sogenannten „Chick Flicks“ vergleichbar analysiert wurde (u.a. bei *LEGALLY BLONDE* (Luketic 2001)) (vgl. Dang 2016).

Mit den top gestylten, beruflich verwirklichten und wirtschaftlich unabhängigen Barbies ist in Gerwigs Film aber auch ein Frauenbild gezeichnet, das von feministischer Seite als Idealbild einer neoliberalen Gesellschaft vielfältig problematisiert wird: „Nur wenn Frauen all diese überzogenen und widersprüchlichen Anforderungen erfüllen, sind sie nach neoliberalen Denksystem völlig gleichberechtigt. Wenn nicht, sind sie schwach und brauchen eine starke (männliche) Schulter zum Anlehnen und Stützen“ (Bütow/ Heying 2024). Ein Feminismus, der sich darüber definiert, dass Frauen im Kapitalismus alles erreichen können, solange sie autonom, unternehmerisch, selbstbewusst und dabei auch noch attraktiv sind, wird abgelehnt, korrespondiert aber deutlich mit Mattels Barbie-Slogan „You can be anything“. Die Barbies repräsentieren in ihrer unfeministisch idealisierten Eindimensionalität in keiner Weise das reale Dasein als „Normalfrau“. Dieses wird von Gerwig aber sehr wohl mit der Figur der Gloria thematisiert. Mit Blick auf das

Frauenbild in der leistungsorientierten kapitalistischen Gesellschaft wäre des Weiteren grundsätzlich nach der Rolle von Alter, Behinderung oder Krankheit zu fragen. Diese Aspekte sind im Barbieland weitgehend ausgeklammert, nicht handlungsrelevant oder nur vordergründig durch das bloße Erscheinen (z.B. der Rollstuhl-Barbie) repräsentiert.

Der Feminismus der letzten Jahre perspektiviert zudem in besonderem Maße die Intersektionalität, also die „Überschneidung von Diskriminierungskategorien von ‚class‘, ‚race‘ and ‚gender‘“ (Di Blasi 2023). Um aktuelle feministische Anliegen abzubilden, müsste das Zusammenspiel patriarchaler Unterdrückung mit anderen Diskriminierungsformen aber aktiver thematisiert werden. Die breite Fächerung der Gender-Identität bringt explizit der queere Feminismus aktuell als feministischen Gegenstand in die gesellschaftliche Diskussion. Während sich „Barbiecore“ als inklusiv versteht und die im Internet vertretenen Modeträgerinnen nicht nur weiß und blond sind, sondern auch PoC, Muslimas, kurvig oder nichtbinär, nimmt in Gerwigs Film die weiße Frau der Mittelklasse im westlichen Wohlstandskapitalismus den Mittelpunkt ein. Auch verweilt Gerwigs Film überwiegend in der Heteronormativität, verhandelt allenfalls einen binär geprägten Feminismus und „unterschlägt vor lauter Hyperfemininity eine wesentliche Seite feministischer Strömungen: Geschlechtergrenzen aufzuweichen, mehr Komplexität zuzulassen und Spektren aufzuzeigen, die über das Integrieren unterschiedlicher Barbiemodelle hinausgehen“ (Rauch 2023). In anderen Worten: „In einer Zeit, in der wütend gegen die Geschlechterbinarität gekämpft wird, ist [...] [das] Ideal einer homogenen Frauen- und ebenso homogenen Männerwelt tiefstes 19. Jahrhundert“ (Brückner 2024).

Für Geschlechterdiversität sorgte Gerwig in der Filmbesetzung. So spielt beispielsweise die Trans-Schauspielerin Hari Nef die Rolle der Doktor-Barbie oder die lesbische Kate McKinnon die der Weird-Barbie. Zudem gibt der Film ein Statement über sich selbst ab, wenn Gerwig Sasha ausrufen lässt: „*White Savior Barbie!*“ (1:16:45).

11. Gerwigs feministisches Statement mit BARBIE

11.1 „Male gaze“ – „Female gaze“

Debatten darüber, wie Weiblichkeit in den audiovisuellen Medien repräsentiert wird, brachten bereits in den 1970er- und 1980er-Jahren die feministische Filmtheorie hervor, die bis heute in sich stetig wandelnder Akzentuierung „repressive Strukturen“ ebenso wie „emanzipatorische Möglichkeiten und Hoffnungen in Film und Kino“ erschließt (vgl. Klippel 2016: 1). Feministische Studien setzten sich mit den durch Massenmedien verbreiteten Frauenbildern auseinander und diskutierten, wie diese zur Konstruktion von Geschlechterbildern und -identitäten im Sinne patriarchalischer Normen beitragen. Kritisiert wurde, dass der Feminismus im Medium Film immer noch „ein Schattenleben unter der Überschrift ‚Gender‘“ führt (Klippel 2006: 23). Hauptanliegen der feministischen Filmtheorie war die Forderung nach realistischen Frauenbildern in Film, Fernsehen und Kino, was mit einer „Analyse und Ideologiekritik der Stereotypen des herrschenden (Hollywood-)Kinos“ einhergeht (Biem et al. 1989: 10). Dies fußt auf dem Verständnis, dass Bilder, die „die herrschende Kultur von Frauen entwirft, deren Unterdrückung mystifizieren, historisch entstandene Herrschaftsverhältnisse in Naturgesetze verwandeln und das Einverständnis der Frauen mit ihrer Unterdrückung produzieren“ (ebd.). Deshalb wurde in der feministischen Filmtheorie der Frage nachgegangen, „wie Geschlechterbilder und Geschlechterzuschreibungen sich in verschiedensten Medienkonstellationen wiederholen und damit verfestigen“ und somit zur Mystifizierung von Frauen beitragen (Peters/ Seier 2016: 15). Es muss davon ausgegangen werden, dass Gerwig als erfolgreiche feministische Filmemacherin mit feministischer Filmtheorie nicht nur vertraut ist, sondern diese auch mit ihrem Film referenziert. Folglich schien es lohnend, entsprechenden Implikationen nachzuspüren.

1975 analysierte die Filmtheoretikerin Mulvey das narrative Kino Hollywoods der 1930er- bis 1950er-Jahre (vgl. Dang 116). In ihrem in der Zeitschrift *Screen* erschienenen und zum Kanon grundlegender feministischer und allgemeiner Filmtheorie avancierten Aufsatz *Visual Pleasure and Narrative Cinema* (1975) erklärt sie es mit Hilfe der Psychoanalyse nach Freud und Lacan „als eine kommerzielle, patriarchale und ausschließlich für ein männliches Publikum ausgerichtete Institution, da es sich allein durch einen männlichen, voyeuristischen oder fetischistischen Blick auf ein weibliches Objekt der ‚to-be-looked-at-ness‘ konstituiert“ (ebd. 11). Dieser sogenannte „male-gaze“ ist demnach keineswegs als biologische Kategorie zu verstehen, sondern vielmehr als ästhetischer Code, der innerhalb der filmischen Dramaturgie den Blick so lenkt, dass eine Sexualisierung der Frau entsteht (vgl. Brückner 2024). Mulvey (1975) formulierte es wie folgt:

The determining male gaze projects its phantasy on to the female form which is styled accordingly. In their traditional exhibitionist role

women are simultaneously looked at and displayed, with their appearance coded for strong visual and erotic impact. (11).

Als Beispiele dafür, wie bei der Darstellung von Weiblichkeit Körper und Aussehen als ausschlaggebende Merkmale auch in jüngeren Hollywood-Produktionen hervorgehoben sind, können u.a. „Bond-Girls, Harley Quinn in ‚Suicide Squad‘ oder zahlreiche Disney-Prinzessinnen“ genannt und ferner auf die engen, für die Rolle unpassenden Anzüge weiblicher Superheldinnen oder unnötige Close-Up-Shots von bestimmten weiblichen Körperteilen, die männliche Fantasien bedienen, verwiesen werden (vgl. Geissmann 2023). Als „primär visuelles Medium“ ist Film nicht nur „an der Gestaltung von Lebenswelten und an der Schaffung von Wirklichkeiten beteiligt“ (Aigner et al. 2015: 7), sondern zudem bedeutend für den gesellschaftlichen Körperdiskurs, weil mittels des „Star-Körpers“ und den damit gezeigten „Symbolsysteme[n] immer bestimmte Geschlechtskonzepte ‚anschaulich‘“ gemacht werden (Weingarten 2004: 13). Die Symbolsysteme setzen sich beispielsweise aus „Kleidung, Körperschmuck, Make-Up“ und wie eine Figur „im filmischen Raum inszeniert“ ist zusammen (Brauerhoch 1994: 35).

Der „male gaze“ umfasst jedoch nicht nur eine Objektivierung des weiblichen Körpers. Verglichen mit den männlichen Protagonisten zeigen weibliche Figuren oft wenig Persönlichkeit, ihre „Charakterisierung bleibt oberflächlich“ und „gestaltet sich nach wiederkehrenden Archetypen“ (Geissmann 2023). Mulvey stellte heraus, dass Frauen in den von ihr untersuchten Filmen kaum als aktiv Handelnde und mit der gleichen Glaubwürdigkeit und Authentizität wie männliche Figuren dargestellt werden (vgl. Mulvey 1975: 12ff). Sie erscheinen eher als Siegerprämie für den Helden, als untergeordnete Unterstützerin zum Erreichen der Ziele des männlichen Protagonisten oder einfach als attraktives Blickobjekt (vgl. Ingelfinger/Penk Witt 2004: 13). Damit käme es zu einer Kongruenz des Blickes des männlichen Helden, mit dem der Kamera und des Zuschauenden, der ebenfalls männlich gedacht wird (ebd.). Folglich sei das Verhältnis des Zuschauers zum Helden durch einen identifikatorischen und narzisstischen Blick bestimmt, der Blick auf die weiblichen Figuren entspreche dagegen voyeuristischer Schaulust (ebd.). Das Kino als kulturelles Produkt ist ein hochentwickeltes Repräsentationssystem der patriarchalen Gesellschaft (vgl. Bubenheimer 2014: 28) und gleichzeitig Spiegel gesellschaftlicher Haltung. Doch „nicht nur in den von ihr [Mulvey] untersuchten Hollywood-Produktionen, sondern [...] generell in der herrschenden patriarchalen Gesellschafts- und Geschlechterordnung“, so die These, fungieren Frauen als „Bild“, Männer dagegen als „Träger des Blicks“, womit eine geschlechtstypische Verteilung der Rollen im Verhältnis Betrachtete/Betrachter etabliert wird (Ingelfinger/Penk Witt 2004: 13). Der „Blick“ ist damit eine Dimension des gesamten sozialen Handelns und Instrument der Macht (vgl. ebd.). Bestehende patriarchale Machtstrukturen werden immer wieder reproduziert; Verhalten, Denken und Selbstwahrnehmung durch den internalisierten „male gaze“ gesteuert (vgl. Geissmann 2023). Mulveys Thesen entwickelten große Wirkung, da „sich bisher scheinbar

völlig opake Repräsentationsstrukturen mit einem Schlage der Analyse zu öffnen schienen und ein großes Unbehagen endlich klarer artikulierbar wurde“ (Klippel 2016: 5).

Sie wurden aber andererseits – wie auch die psychoanalytische Filmtheorie insgesamt – stets kontrovers diskutiert. Gründe dafür sind u.a. die Vehemenz, „mit der Mulvey die Möglichkeiten einer weiblichen Subjektivität aus dem Filmtext ausschloss“ (ebd.: 5), der weiblichen Zuschauerin jegliche Aktivität abspricht oder ihr Interesse „für anscheinend repressivste Melodramen“ ausschließlich als „fehlgeleitete Identifikation mit Herrschaftsstrukturen“ interpretieren ließ (ebd: 5.). Auch wenn der Begriff des „male gaze“ in feministischer Perspektivierung des heutigen Kinos immer noch omnipräsent erscheint, hat er in seiner frühen Verwendung seine präzise Bedeutung verloren (vgl. Brückner 2024). Heutige feministische Filmkritik sieht ihn schon deshalb als überkommen an, weil er sich in seiner binären Ausrichtung ausschließlich an heterosexuellen Begehrensstrukturen orientiert, und verweist dabei u.a. auf Butlers Schriften zur Performanz des Geschlechtlichen.

In Anlehnung an Mulveys Terminologie wird „das Recht und die Notwendigkeit, dass überall auf der Welt Frauen filmisch ihre eigenen Geschichten erzählen können“, oft als „female gaze“ umschrieben (vgl. Brückner 2024). Der Begriff erscheint eher diffus, weniger stark theoretisch verankert und insgesamt konturschwach. Vielen bedeutet er offenbar zunächst nur eine weibliche Perspektive im männerdominierten Kino Hollywoods, nicht zwingend jedoch eine eigene filmische Bildsprache, wie es Mulvey einst forderte und sich diese nur abseits des patriarchal geprägten Mainstreamkinos und überwiegend im alternativen Experimentellen vorstellen konnte (ebd.).

Zweifellos hat sich seit Mulveys Analysen die Repräsentation von Frauen im Kino und den Medien allgemein stark verändert. Feministische Filmemacherinnen wie Gerwig entwerfen Filme mit weiblichem Blick und vielschichtigen weiblichen Charakteren, die aktiv und eigenständig handeln, eigene Ziele verfolgen und eigene Wünsche haben. Auf diese Weise soll das reale Erleben und Fühlen von Frauen abgebildet werden. Dabei ist „das Ziel dieses ‚female gaze‘ [...], mit den Figuren zu empathisieren, anstatt sie zu romantisieren“ (Geissmann 2023). Gerwigs „female gaze“ ist unzweifelhaft schon in der Weise weiblich, weil er feministische Themen und Perspektiven bis hin zur Filmbesetzung zentriert.

Umgekehrt ergibt sich eine grundsätzliche feministische Kritik an der Verwendung von stereotypen Darstellungen von Frauen, die weibliche Figuren in Filmen verdinglichen sowie Geschlechterstereotype reproduzieren und gleichzeitig manifestieren, sodass diese schwer zu überwinden sind. Als Beispiele können „das ‚Mädchen von nebenan‘, die ‚Femme fatale‘, die klassische ‚Jungfrau in Nöten‘ oder das ‚Manic Pixie Dream Girl‘“ genannt werden (Bellmann 2022). Allgemein lassen sich Geschlechterstereotype als vereinfachende, verallgemeinernde Vorstellungen verstehen, die einerseits der Absicht entspringen können, komplexe Wahrnehmungen zu vereinfachen und soziales Handeln zu erleichtern (vgl. Bubenheimer 2014: 33), andererseits jedoch dazu dienen, gesellschaftlich verankerte

Wahrnehmungsmuster zu konservieren (vgl. Mühlen-Achs 2003: 11). Solche Geschlechterstereotypen gehören zum einen zum individuellen Wissensbesitz, bilden zum anderen aber auch das Kernstück des kulturell geteilten Verständnisses von typischen Charakteristika von Mann und Frau (vgl. Eckes 2004: 56). Sie erscheinen deskriptiv, wenn Annahmen formuliert werden, wie Frauen oder Männer allein aufgrund ihres Geschlechts sind, wirken aber auch präskriptiv, indem sie vorschreiben, wie diese zu sein haben und sich verhalten sollen (Bubenheimer 2014: 33f).

Insbesondere Massenmedien kommt aufgrund ihres weitreichenden Einflusses „eine nicht zu unterschätzende Rolle im Sozialisierungsprozess“ insbesondere bei jüngeren Konsumentinnen und Konsumenten zu (Elsen 2023: 200). Dabei wachsen „geschlechtsstereotype Verhaltensweisen und Einstellungen [...] mit erhöhtem Medienkonsum und den dort gezeigten geschlechtsstereotypen Vorgaben“ (ebd.). Stereotype, die in den Medien verbreitet werden, erhöhen zwar die „kognitive Effizienz“, rechtfertigen aber häufig ebenso „traditionelle Rollen und stabilisieren patriarchalische Strukturen“ (ebd. 122).

Die Idee, Handlers Puppe, die oft als anorektisches Feindbild des Feminismus gedeutet wurde und noch wird, als „stereotype Barbie“ in der Handlung zu zentrieren, ist somit vordergründig nur schwer nachvollziehbar, zumal die feministische Filmkritik stets eine realistischere, differenziertere Darstellung von Frauen jenseits einer stereotypen, idealtypischen oder auf Äußerlichkeiten reduzierten Repräsentation eingefordert hatte. Die „stereotype“ Barbie verkörpert ein westliches Schönheitsideal nach Präferenz heterosexueller Männer. Seine präskriptive Wirkung ist im Hinblick auf ein unrealistisches Körperbild, das Mädchen und Frauen ein schlechtes Gefühl in Bezug auf ihren Körper, ihr Aussehen und letztlich sich selbst verschafft, umfangreich und vielstimmig angeprangert worden. Vielen Feministinnen gilt Barbie nach wie vor als ein Symbol des unermüdlichen, erzwungenen Strebenmüssens nach von Männern diktierten Normen. Es kann argumentiert werden, dass Schönheitsstandards darauf abzielen, die Handlungsfähigkeit von Frauen einzuschränken, und der Druck, unrealistischen Schönheitsstandards zu entsprechen, mit zunehmender sozialer und wirtschaftlicher Macht der Frauen sogar noch zunimmt, was wiederum die Fähigkeit behindert, in der Gesellschaft wirksam und akzeptiert zu sein (Wolf 2002: 187). Die Analyse zeigte, dass Gerwigs Film die Vorstellungen, wonach Frauen sich an vorherrschende Vorgaben von Perfektion anzupassen haben, um sich und anderen als wertvoll zu gelten, vielfältig hinterfragt. Letztlich trägt Barbie in der Schlusssequenz Sandalen statt High Heels.

Auch Handler kommentiert im Film indirekt ein unrealistisches Schönheitsideal: „*[Y]ou think the lady who invented Barbie looks like Barbie? [...] Nobody looks like Barbie, except, of course, Barbie*“ (1:40:44). Barbies Schöpferin negiert im Film damit perfekte Schönheit als erstrebenswertes Ideal, verkauft die Puppe dennoch als Inspiration, alles sein und werden zu können. Gerwig beschrieb die Widersprüchlichkeit, die sich mit Barbie verbindet:

She had gone to the moon before women could have credit cards. So, sometimes she's been incredibly ahead of culture but then at the same time she had a body that if you were like a human woman with that you wouldn't be able to stand up. [...] It always been this kind of tension between the aspirational version of it and then how it kind of, you know, maybe presents something unrealistic. [...] It can live in both ends. That can be true and it can also be all this other stuff. (The View 2023, 2:21).

Tatsächlich werden dieselben Stereotype, die einer kritischen Betrachtung als Vorlage dienen, ebenso benutzt, um Barbie zur feministischen Ikone zu stilisieren und als Zeichen für Selbstermächtigung zu lesen. Folglich steht sie trotz und wegen ihrer stereotypen Darstellung im Barbieland auch als Symbol für unabhängige, starke, solidarisch agierende und selbstbewusste Frauen, die alles erreichen können und alles erreicht haben.

Der „female gaze“ Gerwigs auf Geschlechterstereotype produziert Widersprüchlichkeiten. Als originelle Idee ist zu werten, dass im Barbieland die Stellung von Mann und Frau in der patriarchalen Gesellschaft in sarkastischer Weise in ihr Gegenteil verkehrt ist. Damit wird im Umkehrschluss zugleich die untergeordnete Rolle von Frauen in einer männerdominierten Gesellschaft zur Diskussion gestellt. Gerwig hält dem männlich geprägten Kino Hollywoods ebenso wie den männlichen Zuschauern im Publikum den Spiegel vor. Beach-Ken „erscheint“ bestenfalls, ist einfach nur da und so nicht eigenständiger, Wirkung erzielender Teil der Handlung. Die Handlungsmacht liegt allein bei den Barbies. Damit sind traditionelle Geschlechterrollen in Frage gestellt. Ohne eigenes Profil und mit dem einzigen Merkmal und Motiv, Barbie gefallen zu wollen, ist Ken dekoratives Accessoire. Sein sehnlischer Wunsch nach Legitimität und Achtung bleibt so unerfüllt wie sein auf Resonanz hoffender Blick unerwidert. Wie viele Frauen in der realen Welt ist er zu Passivität und Abhängigkeit verdammt. Die Sequenz, in der die Kens als Cheerleader die Volleyball spielenden Barbies anfeuern, eine Tätigkeit, die gesellschaftlich eindeutig mit Weiblichkeit assoziiert ist, lässt erahnen, wie lächerlich und reduziert eine derartige Rollenzuweisung manchem männlichen Blick erscheinen muss. Gerwigs Kunstgriff besteht darin, den „female gaze“ im Barbieland als drastische Umkehr des klassischen „male gaze“ wirken zu lassen. Viele Frauen mögen sich durch diese Art der Perspektivierung mit ihren Problemen gesehen fühlen. Ein Verständnis weiblicher Frustrationen, die durch die ihnen zugewiesenen Rollen entstehen, kann gleichzeitig für reflektierende Männer möglich werden. Gleichwohl will Gerwig Barbieland nicht als Ideal verstanden wissen. Seine Perfektion ist nur eine oberflächliche und äußerliche, die schon durch Plattfüße und Cellulite ins Wanken zu bringen ist. Geschlechtergerechtigkeit ist im Barbieland nicht realisiert.

In der „Real World“ hingegen lässt sich der „female gaze“ als feministischer Blick auf reale weibliche Erfahrungen verstehen, dem „male gaze“ ausgesetzt zu sein. Er ist folglich nicht das Gegenteil des männlichen Blicks, sondern eher eine

Erkundung dessen, welche Auswirkungen es hat, Gegenstand eines Blicks zu sein (vgl. Huter 2023). Die unbedarfte Barbie erlebt, was es bedeutet, in einer patriarchalen Gesellschaft zu existieren. Gleich nach Ankunft in der Realwelt wird Barbie beispielsweise mit sexualisierter Gewalt konfrontiert. Männer betrachten sie, überziehen sie mit sexualisierten Kommentaren und ihr wird schließlich respektlos und übergriffig auf das Gesäß geschlagen. Man mag diese Sequenz als Metapher für die alltäglichen sexualisierten Übergriffe und die fortwährende Objektivierung von Frauen sehen, wie sie durch die #MeToo–Proteste an den Pranger kam.

Durch Kendom-Land erhält Gerwigs Kommentar zu den Geschlechternormen eine weitere pointierte Note. Ken gelingt es, die Barbies im Patriachat so zu modifizieren, dass sie dem „male gaze“ entsprechen. Dort sind nun die Barbies Accessoires der patriarchalen Gesellschaft, die männlichen Wünschen entsprechen und den männlichen Blick auf weibliches Erscheinen befriedigen.

Gerwigs Protagonistin definiert sich, wie es auch Stereotype per Definition tun, über äußere Zuschreibung von Merkmalen und sozial geteilte Konstrukte darüber, wie sie zu sein hat. Dadurch existiert sie im Barbieland wie Ken ohne Identität und Persönlichkeit und entspricht prototypisch der von Mulvey angeprangerten Repräsentation von Weiblichkeit, nicht zuletzt deshalb, weil sie zunächst nicht zu einem eigenständigen Handeln in der Lage ist. Dazu passt Barbies Reflexion am Ende des Filmes, mit der sie ihre Rolle hinterfragt: *„I want to be a part of the people that make meaning, not the thing that is made“* (1:43:07). Diese Äußerung lässt sich als Anlehnung an Mulvey (1975) deuten:

Woman, then, stands in patriarchal culture as a signifier for the male other, bound by a symbolic order in which man can live out his fantasies and obsessions through linguistic command by imposing them on the silent image of a woman still tied to her place as the bearer of meaning, not maker of meaning. (Papenbroock 2023).

Abseits der von den durch die Kens und die Barbies diskutablen Geschlechterstereotypen werden alternative Konzepte von Weiblichkeit und Männlichkeit mit den Figuren Weird-Barbie und Allan zumindest erwähnt und eine diversifizierende Perspektive angedeutet. Ihre Individualität abseits von Normen ist auch äußerlich gekennzeichnet und nicht zuletzt durch den Zusatz „Weird“ oder dem individuellen Namen „Allan“ ausgedrückt. Eine ideale Gesellschaft, so die mögliche Botschaft, erfordert die Integration aller Glieder und jedes Individuums.

Gerwigs Film führt insgesamt über Fragen nach sexueller Orientierung, Geschlechterrollen oder Diskussion des Geschlechterverhältnisses hinaus und befasst sich mit Identität bzw. Identitätsfindung. Sowohl Ken als auch Barbie gehen Schritte, um sich schließlich von ihren Stereotypen zu lösen, anstatt gänzlich in ihnen aufzugehen. Sie beginnen über existentielle Fragen und den Wert des Lebens nachzudenken und können so ihr stereotypes Erscheinen und Sein überwinden. Dies umfasst in Gerwigs Sinne auch die Entwicklung und Anerkennung der

eigenen Persönlichkeit. Ob männlich, weiblich oder Teil einer sexuellen Minderheitsgruppe: Individuen überdenken ihren inneren Wert und lassen sich auf dieser Grundlage offen auf die Auseinandersetzung mit dem jeweils Andersartigen ein. Dies ist ein progressives Geschlechterbild. Der Film propagiert die Idee, dass jeder Mensch auf seine Weise einzigartig ist und Unvollkommenheiten (wie beispielsweise die der Weird-Barbie) nicht versteckt werden müssen, weil Menschen autonom entscheiden, wie sie sein wollen, ohne sich den Idealen des Patriarchats anpassen zu müssen. Individualität steht über Konformität. In einer Zeit, da einerseits formaljuristische Unterschiede zwischen den Geschlechtern zunehmend ausgeglichen sind, andererseits gesellschaftlich normative Geschlechterrollen weiterhin bestehen oder sogar eine Retraditionalisierung erfahren, ist Gerwigs Film eine Einladung, die eigene Beteiligung an Geschlechterrollen zu überdenken und nach ihren Folgen auf die Gesellschaft als Ganzes zu befragen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass Gerwig sowohl weibliche als auch männliche Stereotype durch Schilderung der Barbies und Kens reproduziert, mehrdeutig codiert, im Film aber auch hinterfragt und dekonstruiert. Indem sie explizit als „Stereotype“ markiert und selbstreferentiell kommentiert sind (z.B. durch Sasha oder Helen Mirren), hebt Gerwig sie besonders ins Bewusstsein. Andererseits ermöglicht ihr diese Kennzeichnung, sich vorschneller Kritik an deren Verwendung zu entziehen. Die deutlich überzeichnende Darstellung der Geschlechterklischees macht die Stereotypen in dezidiert Weise sichtbar und intendiert dabei zugleich, Diskussionen zu entfachen und Widerspruch herauszufordern.

Wie sehr dies gelungen ist, mag allein an den Reaktionen reaktionärer Männer in den USA abgelesen werden, die Gerwigs Repräsentation stereotyper Männlichkeit heftig attackierten, und wiederum bissige Repliken bei Feministinnen auslösten. So kann gefragt werden: „Could the mere portrayal of a woman refusing to be objectified be so unsettling that it leads to misunderstanding and dismissal of the entire movie?“ (Wong 2023). BARBIE wird ein „conversation starter about respect and boundaries“ genannt und bezogen auf die in Barbieland verkehrten Geschlechterverhältnisse wurde kommentiert: “[M]en are triggered by the portrayal of men resembling how they treat women. Men could not sit and watch their kind being treated as lesser beings who are deprived of their rights in a fictional land for two hours, whereas that is the reality for women worldwide; in fact, worse“ (Shatabi 2023).

Gerwig wird bewusst gewesen sein, dass das Barbie-Projekt die vielleicht einmalige Gelegenheit bietet, ihre feministischen Anliegen bei einem heterogenen Massenpublikum zu platzieren und so in einen breiten Diskurs zu überführen. Immer ist ihr dabei die Absicht zu unterstellen, Frauen ermächtigen zu wollen. Dies muss auch niederschwellig funktionieren. Der Film wurde beispielsweise mit „Frauenfilmen“ im alten Sinn, zumeist Melodramen, die in den 1930 Jahren speziell für ein weibliches Publikum gemacht wurden, verglichen (vgl. Brückner 2024). Diese sogenannten „Weepies“ sollten den Frauen das „Weinen der Erleichterung“

ermöglichen (ebd.). Heute ist es der Spaß, der an die Stelle der Tränen getreten ist. Selbst wenn diese Art Feminismus nicht politisch auftritt und „am Verändern scheitert, verwandelt er in jedem Fall das eigene Leben“ (ebd.). Gerwig demonstriert, „wie reaktionär die oft geschlechtsspezifisch bestimmte Unterscheidung von ‚high‘ und ‚low art‘ ist“ und ebenso „jene zwischen finanziell erfolgreichen Filmen von angeblichen Künstler-„Genies“ [...] und dem angeblichen Nischenprodukt ‚Frauenfilm‘“ (Papenbroock 2023). Gerwigs Film zeige „eine Kritik des universalistischen Selbstanspruchs patriarchaler Kinofilme, indem sie diesen die Partikularität ihrer Perspektive“ vorhalte (ebd.).

Einschätzungen darüber, ob und wie Gerwigs feministisches Statement letztlich subversiv in die Gesellschaft wirkt oder andererseits Geschlechterungleichheiten und patriarchale Strukturen sogar affirmativ bestätigt, lassen sich nur schwer treffen. In jedem Fall wäre dabei auf die unterschiedliche Rezeption des Massenpublikums zu rekurrieren. Filme reproduzieren Welt, formen zugleich aber auch unser Weltverständnis, weil sie Resonanz erzeugen. Letztere war zu Beginn der 2020er-Jahre so vielstimmig und widersprüchlich wie der Feminismus selbst.

Über Jahrzehnte manifestierte Rollenklischees werden heute selbstbewusst umgekehrt oder neu gedeutet. Gerwigs Film konstruiert Weiblichkeit so, dass weibliche Rezipientinnen nicht eine männliche Zuschauerposition einnehmen oder sich als passives Objekt männlicher Handlung imaginieren müssen. Es ergibt sich mit Gerwigs Film und der Rezeption Barbies eher so etwas wie eine kognitive Dissonanz in der Betrachtung moderner Weiblichkeit, die bis zur Hinterfragung vorhandener Vorstellungen von „falscher“ oder „richtiger“ Repräsentation der Geschlechter reicht. Bei der Analyse von sogenannten „Chick Flicks“ wurde argumentiert, Kritikerinnen gingen

von einer den Filmen vorgängigen Realität aus, die auf ‚authentische‘, feministische Weise abzubilden sei bzw. die durch die Filme zum Ausdruck komme. Entweder, so die allgemeine Auffassung, stellten Chick Flicks die Realität ‚falsch‘ dar oder sie präsentierten Weiblichkeit, wie sie symptomatisch für die oppressiven Strukturen in der Gesellschaft sei. (Dang 2016: 14).

Diese Filme bedienten sich aber einer „insistierenden Mehrdeutigkeit, die sich in der ästhetischen Erfahrung vollzieht“ (ebd. 228). Die Sichtbarmachung der Klischees bedeute gleichzeitig „die öffentliche Reflexion vorherrschender Geschlechterbilder“ (ebd.). In diesem Sinne trifft dies ein Stück weit auch auf Gerwigs Film zu: „Was der klassische Woman’s Film pathologisiert, wird im gegenwärtigen Woman’s Film zum Instrument des empowerments“ (ebd.).

11.2 Barbieland – eine feministische Utopie?

Auf den ersten oberflächlichen Blick hin mag das matriarchal ausgerichtete Barbieland wie eine utopische feminine Idealwelt scheinen, in der zentrale Anliegen des Feminismus verwirklicht sind, wie die Erzählerin festhält: „[A]ll problems of feminism and equal rights have been solved“ (0:03:34). Frauen leben wirtschaftlich unabhängig, sind materiell bestens versorgt, haben Zugang zu allen Berufsfeldern, keine Last mit Care-Arbeit usw. Allerdings lässt Gerwig die Erzählerin unmittelbar im Nachgang noch kommentieren: „Who am I to burst their bubble?“ (0:03:48). Barbieland ist eine „Seifenblase“, ein absurder Traum und zuerst und vor allem die kindliche Vorstellung eines feministischen Paradieses. Denn im Barbieland ist Wirklichkeit, was sich kleine Mädchen erträumen bzw. was Mattel Mädchen unterstellt zu träumen. Dies ist die dem Film inhärente Logik, denn dort geschieht nur, was sich Kinder im Spiel fantasievoll erdenken. Vom Barbieland hätten ohne wesentliche narrative Einbuße oder Ungereimtheiten auch Kinderdarstellerinnen und -darsteller erzählen können.

Die naiven, unbekümmerten, oft sehr knappen Dialoge im Film einschließlich ihrer oft banal scheinenden Inhalte entspringen eigentlich Kindermündern. Jegliches Denken und Handeln der Barbies hat gutes Aussehen oder größtmöglichen Spaßgewinn zum Ziel. Es geht mehr um das Sein und den Schein als um ein Werden sowie um einfache Lösungen und Verhaltensmuster. Die fortlaufend im Film reproduzierten Gender-Stereotype wirken besonders drastisch, da sie unverstellt kindlich ausgelebt sind. Den männlichen Rollenklischees der Kens (Angeberei, Impioniergehabe, Gewaltbereitschaft) stehen die weiblichen, eher positiv konnotierten der Barbies gegenüber (Kommunikationsbereitschaft, aktive Solidarität, vermittelndes Verhalten). Dabei ist nur folgerichtig, wenn in der Infantilität des Barbielandes Sexualität bzw. Sexismus im Miteinander der Geschlechter eine untergeordnete Rolle spielt.

Gerwig schildert also als in konsequenter Weiterführung des Prologs überzeichnend und persiflierend mit Barbieland eher eine kindliche Traumwelt denn die ernst gemeinte Vision einer idealen, „erwachsenen“ femininen Lebensgemeinschaft. Dies wurde u.a. in vielen Social-Media-Kommentaren verkannt und missverstanden. Ihr Barbieland ist bekennend artifiziell und simplifizierend und stellt doch etwas zur Schau, das Gerwig gleichzeitig kritisiert. Und auch wenn Kinder weder im Film repräsentiert sind noch zur Zielgruppe des Barbie-Films gehören, ist es zuallererst eine Welt, die formal das Spiel von Kindern reflektiert und nach Gesetzen und Normen eines Spielzeuglands konstruiert und konstituiert ist, die im Materialismus gründet. Gerwig erzählt somit auch viel über die geschlechtsspezifische Sozialisation in der Wohlstandsgesellschaft.

Nähme man Barbieland als feministisches Idealbild an, trüge es bei genauerer Betrachtung angesichts der Gleichförmigkeit des erzählten Alltags, der Eindimensionalität der Beziehungen und der Unfähigkeit seiner Bewohnerinnen, echte Identitäten zu entwickeln, sogar eher dystopische Züge. Noch entscheidender ist,

dass sich hinter der Schilderung des harmonischen Barbielandes vor allem Kritik am Patriarchat und seinen hierarchischen Machtstrukturen artikuliert. Barbieland ist nichts weniger als die bewusste Umkehrung des Patriarchats. Dies stellen die Protagonisten selbst heraus (*“Basically, everything that men do in your [Real] world, women do in ours”* (Barbie; 0:56:16), *„Everything is almost like reversed here“* (Ken; 0:29:15)). Die matriarchalische Gesellschaft im Barbieland gründet auf einer Hierarchie, die alle Kens ausgrenzt und behindert, sodass den Männern verwehrt bleibt, jenseits ihrer Rolle als abhängiger Freund Barbies wertvolle, eigenständige und erfüllte Mitglieder der Gesellschaft zu sein. Dies trägt wesentlich zu ihrer Radikalisierung und zur Planung der Revolution bei, womit Gerwig wiederum indirekt den Feminismus adressiert. Gerwig äußerte sich dazu wie folgt:

Of course I am feminist. But this movie is also dealing with the idea that any kind of hierarchical power structure that moves in any direction isn't so great. [...] The reverse structure of whatever Barbieland is, is almost like “Planet of the Apes”. You can see how unfair this is for the Kens because it's totally unsustainable. (Hiatt 2023).

Robbie führte zu dem Thema in einem Interview mit *ABC News* Folgendes aus:

When I got asked the other day like is Barbie a feminist? I was like, well, she's actually like the level up from that. Because if you look at Barbieland from the beginning, the Barbies are on top and the Kens kind of disregarded. I was like, well, that's not equal. Whatever the opposite of misogynist is actually Barbie [...] it's like beyond feminist. (2023, 15:32).

Feminismus bedeutet für beide Frauen die Gleichwertigkeit aller Menschen. Zugleich muss die Erreichung dieses Ziels auch Angelegenheit aller sein, Männer wie Frauen. Gerwig bemerkt über ihren Film: *„It's feminist in a way that includes everyone“* (ebd. 14:09). Robbie hebt hervor: *„I think some people hear the word ‚feminist‘ means that doesn't mean men. [...] Anyone who believes men and women should be equal is a feminist“* (ebd. 14:18). In *BARBIE* wird Gerwig zufolge danach gefragt, wie das gesellschaftliche Korsett für Frauen aufgebrochen und die Akzeptanz des Andersartigen erreicht werden kann: *„It really feels like allowing all the things to exist at once and not shoving things down because they don't fit with something“* (ebd. 16:16).

Der Film eruiert mit Fortgang der Erzählung, wie das Patriarchat allen, auch den Kens, schadet. Die sich durch die Begegnung mit der „Real World“ ändernden gesellschaftlichen Verhältnisse und neuen Erfahrungen bedeuten für beide Protagonisten, sich nicht mehr so leicht über ihre Rolle definieren zu können, wie dies im ursprünglichen Barbieland möglich war. Sowohl Ken als auch Barbie befinden sich dadurch ausgelöst auf einem Weg der Identitätsfindung und der Transformation

hin zu größerer Selbstakzeptanz – mit Blick auf die beschriebene Kindlichkeit des Barbielands auch als Erwachsenwerden oder Coming-of-Age-Thematik zu umschreiben. Am Ende bedeutet dies, nicht mehr zu dem zurückkehren zu können, was einst ihr Leben ausmachte.

Die Barbies gewinnen nach der Rückeroberung des Barbielands ihre Macht zwar zurück, stellen aber den alten Status Quo nicht wieder her. Welchen Platz die geläuterten, aber noch immer unerfüllten Kens darin finden können, bleibt offen. Durch das Erlösen der Kens aus ihrem toxischen Verständnis von Männlichkeit konnte Barbieland gerettet werden. Seine Zukunft könnte von einem aufrichtigeren, verständnisvolleren Miteinander bestimmt sein, das auch aus Selbstreflexion erwächst. Diese Botschaft des Filmes kann inspirieren und Hoffnung geben. Emanzipiert ist, wer sich selbst verwirklicht und sich nicht durch andere verwirklichen lässt – so oder ähnlich klingen Sätze moderner Feministinnen. Im Kern geht es darum, Verhaltensmuster aufzubrechen, die Selbstakzeptanz und Gleichberechtigung behindern, und sich auf die eigene Menschlichkeit und die grundsätzliche Fähigkeit zu besinnen, die Welt verändernd gestalten zu können. Gerwigs Aussage zum eigenen Produkt lässt sich dahingehend verstehen: „I think of the film as humanist above anything else“ (Hiatt 2023).

11.3 Glorias Rede

“It is literally impossible to be a woman.” (Gloria 1:13:49)

Mit Gloria wird in Gerwigs Film von einer arbeitenden Frau und Mutter in der „Real World“ erzählt. Sie steht in direkter Verbindung mit der stereotypen Barbie. Ihre negativen Empfindungen, die aus ihrem Erleben der „realen“ Welt resultieren, übertragen sich auf die Puppe. Ebenso wie Barbieland und die „Real World“ stehen sich die stereotype Barbie und Gloria gegenüber.

Glorias Monolog *„It is literally impossible to be a woman“* (1:13:49 bis 1:16:08) wurde in den sozialen Netzwerken millionenfach gehört und kommentiert. Er gilt vielen Kritikerinnen als feministisches Herzstück des Films (vgl. Dath 2023) und wurde als inspirierend empfunden, gibt er doch vielen Frauen, insbesondere Müttern, das Gefühl, gesehen und verstanden zu werden. Er beinhaltet Gerwigs Gegenentwurf zum idealisierten Bild der Frauenwelt im Barbieland und verrät dezidiert und differenziert etwas über ihre feministische Position.

Narrationstechnisch bildet der Monolog einen Gegenpol zur Sequenz, bei der Barbie unmittelbar vor ihrer Menschwerdung verschiedene visuelle Konkretionen von positiv erfülltem Frausein vor Augen geführt werden. Während in Glorias Rede ein klagender, negativer Grundton in der Beschreibung weiblicher Lebensrealität herrscht, zeigt jene die positiven, freudvollen Seiten des Frauseins.

Glorias Monolog (s. Anhang) hebt die zahlreichen, zuweilen widersprüchlichen Erwartungen an Frauen im privaten Leben wie auch in der Arbeitswelt einer westlichen Wohlstandsgesellschaft ins Bewusstsein, die ein Leben als Frau eigentlich

„unmöglich“ machen. Gleichzeitig hinterfragt Gerwig damit direkt das naive Narrativ des Barbie-Slogans „*You can be anything!*“, an das sich eine Hoffnung knüpft, die sich in der Realwelt nur für wenige Frauen erfüllt. Gesellschaft und Kultur stellen Ansprüche und Erwartungen und verteilen Lebenschancen und Privilegien aufgrund verschiedener Parameter an Auserwählte. Dies scheint letztendlich auch Mattel bewusst zu sein, bewerben sie doch auf ihrer Webseite eine Initiative, die die „Dream Gap“, die Kluft zwischen dem Potenzial von Mädchen und deren tatsächlichen gesellschaftlichen Chancen, zu schließen beabsichtigt (Mattel 2024c).

Gloria spricht ihre Worte vor der frustrierten, depressiven und desillusionierten Barbie, die sich trotz ihrer idealisierten Schönheit, nicht mehr als „*beautiful*“ und „*good enough*“ (1:13:42) empfinden kann. Margot Robbie verkörpert Barbies plastikhafte Makellosigkeit, die einerseits den Wiedererkennungswert der Puppe bildet, gleichzeitig als „Symbol anorektischer, sexualisierter und objektifizierter Frauenkörper“ stets gebrandmarkt war (Behrmann 2023). Gerwig lässt Gloria eben jene Kritik an der Barbiepuppe und ihrem unrealistischen toxischen Körperbild wiederholen und zeigt das Dilemma, in dem sich die moderne Frau befindet: „*We have to always be extraordinary [...] You're supposed to stay pretty for men [...] You have to be thin, but not too thin. And you can never say you want to be thin [...] You have to never get old*“ (1:14:01).

Wie problematisch es ist, wenn der Wert einer Frau sich an Äußerlichkeiten bemisst, mag allein daran abgelesen werden, dass Frausein im Film schon deshalb als bedroht erscheint, weil etwas wie Cellulite existiert. Barbie wird von der Weir-Barbie vor die Wahl zwischen den Sandalen und den High Heels gestellt. Letztere symbolisieren nicht zuletzt das auf äußere Perfektion getrimmte, vermeintlich ideale Erscheinungsbild von Frauen. In diesem Zusammenhang kann auf die gegenwärtig alles überragende Betonung der äußeren Erscheinung und des Körpers „zum einen als Ort der Weiblichkeit, zum anderen als entscheidender Punkt des Wertes von Frauen“ verwiesen werden (Gill 2018: 15). Die an Frauen gerichtete kulturelle Aufforderung, ihren Körper und ihr äußeres Erscheinungsbild zu perfektionieren, habe „ein solches Ausmaß angenommen, dass bereits angemerkt wurde, das Patriarchat habe sich in den Bereichen Mode und Beauty reterritorialisier“ (ebd.). Dabei soll aber von den Frauen selbst der Eindruck vermittelt werden, „derlei ‚ästhetische Arbeit‘ sei frei gewählt und nicht kulturell eingefordert“ (ebd.). Zudem sind an die Frauen gleichzeitig weitere Erwartungen formuliert, die damit nicht ohne Weiteres in Einklang zu bringen sind, im Film beispielsweise die nach einem positiv gesundheitsorientierten Lebensstil („*You have to say you want to be healthy, but also you have to be thin*“ (1:14:17)).

Die Barbies in Kendom-Land spielen den Kens ein Frauenbild vor, wie es in der Medienkultur der 1970er- und frühen 1980er-Jahren verbreitet war. Ihr Verhalten signalisiert den Kens Unsicherheit sowie Unkenntnis und ist scheinbar erfüllt von dem Bedürfnis, geliebt zu werden. Frauen erscheinen als überwiegend „schwache, gänzlich mit einem engen Spektrum von geschlechtsspezifisch klischeehaften Interessen beschäftigte Wesen und als in den Augen des männlichen Betrachters

passive Sexualobjekte“ (Gill 2018: 16). Gerwig hält derartigen männlichen Vorstellungen den Spiegel vor. In der aktuellen Medienkultur ist an diese Stelle aber zunehmend „eine Betonung von sexueller Kenntnis, Erfahrung und Geschicklichkeit getreten“ (ebd.). Die neoliberale Gesellschaft fordert von Frauen „zwingend sexuelle Aktivität [...], jedoch innerhalb eng definierter Parameter, die überwacht werden. Das nötigt Frauen dazu, zu vermeiden, zu ‚sexy‘ oder ‚nuttig‘ aufzutreten oder auch zu ‚sachkundig‘ oder ‚versiert‘ zu wirken, um Männer nicht zu ‚vergraulen‘ oder zu ‚bedrohen‘“ (ebd.). Auch von diesem Missverhältnis berichtet Gloria: „*You’re supposed to stay pretty for man, but not so pretty that you tempt them too much or that you threaten other women*“ (1:14:49).

Das vielleicht schwerwiegendste Problem der Frauen des 21. Jahrhunderts entsteht aus dem Druck einer Doppelbelastung in Beruf und Familie. Einerseits wird von ihnen zu ihrem kompletten, sich selbst verwirklichenden und vollwertigen Frausein die Erwerbstätigkeit erwartet, andererseits sind sie gleichzeitig oft wie selbstverständlich mit der Care-Arbeit belastet („*You’re supposed to love being a mother [...] You have to be a career woman, but also always be looking out for other people*“ (1:14:35)). Über letztere sollen Frauen sich aber nicht beklagen und sie nicht als überfordernd herausstellen dürfen („*but don’t talk about your kids all the damn time*“ (1:14:35)). Mutterschaft wird hier thematisch aufgegriffen. Wegen der als selbstverständlich erachteten Mehrfachbelastung drohen insbesondere Mütter an den überzogenen Erwartungen zu zerbrechen und in Frustration und Depression zu enden, ohne Anerkennung erwarten zu dürfen.

Vor dem Hintergrund des im Film angelegten Mutter-Tochter-Konflikts lässt sich auch Sashas Verhalten analysieren und nach den Haltungen und Perspektiven junger Frauen fragen, die ihre Mütter auf diese Weise belastet und ausgelaugt erleben. Nach einer Studie des Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung (2023) sinkt bei jungen Frauen zunehmend der Wunsch nach eigenen Kindern und sie ziehen die Konsequenzen aus der Belastung, die in Gerwigs Film durch die Figur Gloria repräsentiert ist, indem sie sich von der Idee verabschieden, Beruf und Familie vereinen zu können (Behrmann 2023). Sie sehen in ihren gestressten, chronisch überlasteten und frustrierten Müttern keine Rollenvorbilder mehr. Die Beziehung zwischen Gloria und Sasha kann als „Marker des Stands verschiedener Feminismen“ beschrieben werden, weil Frauen wie Sasha erkennen, was „der Power-Frau- und Wir-schaffen-alles-Feminismus ihren Müttern abverlangt“ (ebd.). Dies zeige, dass der Feminismus „an einer Schwelle steht: Weg vom individuellen Power-Frau-Feminismus, hin zu systemischen Fragen“ (ebd.).

Für Gloria andererseits drückt sich die Sehnsucht, als Frau ein Leben jenseits überhöhter Erwartungen führen zu können, gegen Ende des Filmes auch in ihrem Vorschlag an den CEO Mattels aus, eine „normale“ Barbie zu veröffentlichen, die ein „normales“ Leben führt, nicht alles sein muss, nicht immerzu gefallen muss, keine große Karriere anstrebt, nicht an ihren Äußerlichkeiten gemessen wird und daran, was sie erreicht hat. Auch die Tatsache, dass Barbie sich nach den Visionen eines positiven Frauseins (1:45:05-1:45:53) für ein Leben in der „Real World“

entscheidet, belegt, dass Gerwig vom Mutter- und Frausein in der bestehenden Welt mit positiver Konnotation erzählen will, obwohl eine neoliberale Gesellschaft suggeriert: Eine Frau muss „gut aussehen, immer top gestylt sein, den eigenen Haushalt perfekt im Griff haben, einen tollen Beruf haben [...] und] eine gute Mutter sein, die in der Erziehung keine Fehler macht“ (Bütow/ Heying 2024). In der westlichen kapitalistischen Leistungsgesellschaft wird das Bild einer erfolgreichen, emanzipierten Frau vorwiegend mit dem Erreichen vollständiger Selbstbestimmtheit und finanziellem Erfolg assoziiert, was über die persönliche Entscheidungsfreiheit erreichbar erscheint. Der gesellschaftliche Kontext und bestehende soziale oder geschlechtsspezifische Chancenungleichheiten sollen in dieser Logik gleichzeitig eher nicht diskutiert werden. Auch davon handelt Glorias Klage: „*You have to have money, but you can't ask for money because that's crass*“ (1:14:23). Eine Frau soll finanziell unabhängig sein, nicht aber die „Equal-Pay-Gap“ beklagen. Sie soll stattdessen gesellschaftliche Verhältnisse und Machtunterschiede als gegeben hinnehmen und sich dankbar für Möglichkeiten zeigen, die ihr eröffnet sind („*But never forget that the system is rigged. So find a way to acknowledge that but always be grateful*“ (1:15:00)).

Im beruflichen Umfeld provozieren Anforderungen, die aus Geschlechterstereotypen resultieren, weitere Erwartungskonflikte, die nicht aufzulösen sind. In der Managementforschung wird dies als ein „Double-Bind-Dilemma“ bezeichnet, „bei dem Frauen in Unternehmen zeitgleich mehrere, sich teils widersprechende Ziele erreichen müssten, was aber nie gelingen kann“ (Biehl 2023). Wie die sozial gewachsenen Stereotype entstehen, ist in der feministischen Theorie schon durch de Beauvoir hinlänglich beschrieben wurden. Sie entfalten eine vorschreibende Wirkung und „grenzen ein, wie sich Frauen verhalten ‚dürfen‘, also welches Verhalten sozial erwünscht ist und welches nicht“ (ebd.). Gleiches Verhalten wird dabei geschlechtsabhängig im sozialen Kontext unterschiedlich gewertet: „Der Mann ist ‚Boss‘, sie ist ‚bossy‘, er ist ‚ehrgeizig‘, sie ist ‚selbstverliebt‘, er ist ‚engagiert‘, sie ist ‚hysterisch‘“ (ebd.). Die Widersprüchlichkeit in der Äußerung „*You have to be a boss, but you can't be mean. You have to lead, but you can't squash other people's ideas*“ (1:14:29) ergibt sich daraus, „dass Frauen in Führungspositionen durchsetzungsstark“ sein sollen, damit aber in Konflikt mit der sozial zugeschriebenen Rolle der Frau als vermittelnd, empathisch oder integrierend („*[Y]ou're supposed to be part of the sisterhood*“ (1:14:55)) geraten (Biehl 2023). Durchsetzungsstarkes Verhalten wird Frauen folglich als „unweiblich“ oder gar „männerfeindlich“ angelastet und mit Adjektiven wie „verbiestert“ oder „kratzbürstig“ belegt. Patriarchische Strukturen verlangen die Unterordnung der Frau. Es ist weniger wichtig, was sie sagen, sondern oft allein entscheidend, dass sie es als Frau sagen. Sie haben sich zu fügen. Ihre Kritik wird als nörgelnde Beschwerde abgetan (ebd.) („*You have to answer for men's bad behavior, which is insane, but if you point that out, you're accused of complaining*“ (1:14:44)). Eine mögliche Erklärung ist, dass

[I]m postfeministischen Gender-Regime [...] Frauen zwar ein besserer Zugang zu bestimmten Freiheiten und Möglichkeiten eingeräumt [wird] [...], allerdings nur unter der Voraussetzung, dass sie sich vom Feminismus als einer kollektiven politischen Bewegung für radikale gesellschaftliche Veränderung distanzieren. (Gill 2018:14).

Dankbarkeit wird erwartet („*but also always be grateful*“ (1:15:05)), aber niemand dankt („*and nobody gives you a medal or says thank you!*“ (1:15:21)).

Die „Emotionsregeln“ des Postfeminismus bringen, ein „Subjekt hervor, das heiter, positiv und fortwährend zuversichtlich“ zu sein hat (Gill 2018:17) – in Glorias Worten: „*You have to [...] never be rude, [...] never fall down, never fail, never show fear, never get out of line*“ (1:15:06). Dies kann dazu führen, „bestimmte affektive und Daseinszustände zu verleugnen“, „vor allem Opfergefühle, Groll und Wut“, da diese mit der „feministischen Spaßbremse“ assoziiert werden (Gill 2018: 17).

Das geschlechtsspezifische „Makeover-Paradigma“ des Postfeminismus geht insgesamt weit über den Körper hinaus und erfordert die Umgestaltung der Psyche:

Eingebettet in Diskurse zu Selbstbestimmung, Übernahme von Kontrolle und Emanzipation, wird das postfeministische Subjekt aufgefordert, sich auf eine Art und Weise selbst zu überwachen, zu disziplinieren und umzugestalten, die immer intensiver, umfangreicher und psychologischer wird. (ebd. 15).

Das Leben der modernen Frau ereignet sich in einer widersprüchlichen Welt („*It’s too contradictory*“ (1:15:08)) und bewegt sich „zwischen größter Selbstbehauptung und Selbstverleugnung“ (Brückner 2024). Die vielseitigen überhöhten Erwartungen an emanzipiertes Frausein bringen Frauen dazu, eine Fassade zu errichten und nach außen (Männern aber auch anderen Frauen gegenüber) ein Bild von sich zu entwerfen, dass sie als stark und unverwundbar zeigt, und dies weniger, um sich selbst besser zu fühlen, sondern um alle um sich herum zufriedenzustellen (vgl. Hauer 2023). „Jegliche Selbstbestimmung wird unter dieser Last erstickt, die Wünsche an das eigene Selbst mutieren unter der gesellschaftlichen Definition des Wortes ‚Frau‘“ (ebd.). Dies führt nicht selten zu Depressionen, Überlastung und Erschöpfung, wie sie an der Figur Gloria abzulesen sind: *I’m just so tired of watching myself and every single other woman tie herself into knots so that people will like us*“ (1:15:33).

Zusätzlich impliziert das postfeministische Bild von sich selbst verwirklichenden Frauen und ihrem „unternehmerischen Selbst“ die Vorstellung, „Frauen unterlägen keinerlei sozialen Ungerechtigkeiten oder Herrschaftsverhältnissen mehr, die sie behindern könnten“, weil ihr Leben „einzig und allein das Ergebnis ihrer eigenen Entscheidungen“ ist (Gill 2018: 16). Als Folge daraus lässt sich die Schuld für persönliches Versagen nur bei sich selbst suchen. Auch diese resignierende Erkenntnis

wird Gloria in den Mund gelegt: „*And it turns out in fact that not only are you doing everything wrong, but also everything is your fault*“ (1:15:23). Der Film adressiert „als wichtigstes feministisches Problem das gebrochene Versprechen des Power-Frau-Feminismus“: Wenn eine Frau nur fleißig arbeitet, kann sie Familie und Beruf sowie Care- und Erwerbsarbeit erfolgreich bewältigen (Behrmann 2023).

Ein wenig verwundert die empowernde Kraft, die Glorias deprimierende Rede in Gerwigs Film auf die Barbies ausübt. Sie mag Frauen aus der Seele sprechen und viele Problematiken ansprechen, die die aktuelle feministische Diskussion bestimmen. Den Barbies sind diese aber bis vor kurzem noch fremd gewesen. Sie hatten letztendlich noch keine Zeit, sich denen wirklich ausgesetzt zu fühlen und können damit deren Einschränkungen eigentlich noch nicht nachvollziehen. Zum aktiven Handeln fordert die Rede nicht auf. In der *Washington Post* wurde die Ferne des Monologs gegenüber dem realen feministischen Kampf bemängelt („The ‚Barbie‘ speech wasn’t made for the real world“) und kommentiert: „[It’s] like a fight scene without pain or a human without genitalia, it is a feminist complaint without teeth“ (Cohen 2024).

Auch wurde festgestellt, dass „fast alle progressiven Elemente des Films als direkte Botschaften in die Dialoge eingebaut [sind]. Es scheint, als wolle der Film verbal seine Kenntnis theoretischer Diskurse unter Beweis stellen, ohne sie in die Handlung zu übersetzen“ (Papenbroock 2023). Dahinter mag die Notwendigkeit gestanden haben, Mattel nicht brüskieren zu dürfen.

12. Fazit

In dieser Arbeit wurde der Frage nachgegangen, wie Weiblichkeit in Gerwigs Film *BARBIE* konstruiert wird. Dazu wurden die damit einhergehenden Zuschreibungen an Weiblichkeit untersucht, der Film anhand der Erkenntnisse anschließend in den aktuellen feministischen Diskurs eingeordnet und Gerwigs feministischen Intentionen nachgespürt.

BARBIE arrangiert disparate Stilelemente, was eine Genrezuweisung erschwert. Der Film wurde beispielsweise als „Genhybrid aus vielfältigen Bausteinen des populären Kinos: [...] Roadmovie, Slapstick-Komödie, Animationsfilm, [...] Science-Fiction, Familienfilm, Musik- und Bollywood-Tanzfilm in einem“ beschrieben (Bleicher (2023)). Mit Blick auf die Rolle Mattels ließe er sich sogar als revolutionäre Form des Produktfilms diskutieren.

Ebenso vielschichtig und komplex sind die Botschaften in *BARBIE*, die sich einfachen Interpretationen oder oberflächlichen Deutungen entziehen. Die oft widersprüchliche Wirkung des Filmes entfaltet sich dabei zwischen unterschiedlichen Dichotomien und Ambivalenzen. Der Film sollte Mattels Narrativ der progressiven, empowernden Spielzeugpuppe nicht beschädigen, durfte gleichzeitig aber feministische Kritik an Barbie nicht unbeachtet lassen. Er erzählt vom weißen Heteronormativen, muss gleichzeitig aber die Vielfalt von Rassen und Geschlechtsidentitäten zumindest ansatzweise erwähnen. Des Weiteren sollte der Film als Blockbuster ökonomisch funktionieren und schon deshalb auf seichte und massentaugliche Art unterhalten, gleichzeitig aber auch ein ernsthaftes und nachdenkliches Statement zum Verhältnis der Geschlechter, dem Patriarchat und der kapitalistischen Wohlstandsgesellschaft abgeben.

Barbie und ihre pinkfarbene Idealwelt verkörpern einerseits das, was manchen schon immer als Vorlage für ein Gefühl persönlicher Ermächtigung diente, von Gerwig aber andererseits, wie auch die Analyse zeigte, grundsätzlich kritisiert wird. Versuche, ihn einseitig entweder als ernstzunehmenden Kunstfilm oder andererseits ausschließlich als popkulturelles Unterhaltungskino zu klassifizieren, werden ihm nicht gerecht. In seiner demonstrativen Künstlichkeit und seinem humorvollen, ironischen und selbstreferentiellen Spiel mit Zeichen ist er ein postmodernes Spektakel, das decodiert werden muss oder zumindest Gegenstand kontroverser Verhandlungen sein will. Dem komplizierten Entstehungsumfeld des Films konnte Gerwig am besten durch jene Doppeldeutigkeiten und inszenierte Widersprüchlichkeiten gerecht werden.

Inhaltlich setzt sich Gerwig mit dem Verhältnis der Geschlechter auseinander und reflektiert die Auswirkungen des Patriarchats auf Weiblichkeit sowie die damit verbundene aktuelle Komplexität des Frauseins. Dabei adressiert sie mit der persiflierenden Übertreibung von Männlichkeits- und Weiblichkeitsklischees auch die realen Konflikte um geschlechtliche Rollenmuster. Die Barbies leben ein scheinbar ideales, von Männern unabhängiges Leben im Barbieland. In der Rolle der Kens finden sich dort die realen Probleme von Frauen vielfältig gespiegelt, wodurch es

keinesfalls als feministisches Ideal erscheint. Die „Real World“ andererseits vermittelt Barbie neben der bedrückenden Erfahrung patriarchaler Machtverhältnisse eine Ahnung darüber, wie sich trotz aller „Unmöglichkeit, eine Frau zu sein“ Erfüllendes und Wertvolles finden lässt. Bezogen auf das Geschlechterverhältnis wird die Botschaft transportiert, dass einseitige Machtausübung niemals zu einem gesellschaftlichen Frieden führen kann. Der Film berührt zugleich die Themen Vergänglichkeit und Identitätsfindung. Identität lässt sich außerhalb aller materialistischer bzw. gesellschaftlicher Zwänge suchen und finden.

Eine besonders diskutierte Dissonanz betrifft die Rolle Mattels. Die Analyse offenbart, dass Gerwig an vielen Stellen im Film mehr oder weniger direkt den konsumorientierten Kapitalismus und dessen Repräsentanten kritisieren konnte, obwohl dieser das Barbiefilm-Projekt initiierte und finanzierte. Es gehört zu den scheinbaren Widersprüchlichkeiten unserer Zeit, dass der Spielzeugkonzern dies zuließ, bilanziert er den Erfolg des Films doch allein anhand ökonomischer Kriterien und Perspektiven, wobei seine Kalkulation trotz aller dem Film inhärenten Kritik ohne Frage aufgegangen ist. Auch das Rebranding der „Barbies“ scheint gelungen. Der Film ist somit erfolgreiches Marketingvehikel für die Plastikpuppe und hilft, deren Image zu modifizieren und gesellschaftlichen Erwartungen anzupassen. Diesen kapitalistischen Erfolg, der nach Gerwigs vorliegender Erzählung zugleich einer des Patriarchats ist, nahm die Filmemacherin in Kauf. Dass ein Film über Barbie, die schon als Puppe hypersexualisierte feministische Reizfigur war, kaum ohne eine wie auch immer geartete feministische Botschaft im Massenpublikum zu platzieren war, wird aus Sicht Mattels naheliegend gewesen sein. Gerwig kann vorgeworfen werden, sich von Mattel zu sehr instrumentalisiert haben zu lassen. Popkultur entsteht in einer kapitalistischen Gesellschaft aber oft als Ware, die den Gesetzen des Marktes zu folgen hat, und läuft schon deshalb Gefahr, sich gegenüber dieser konformistisch verhalten zu müssen.

Wie die Feministin Gerwig selbst diesbezüglich ihr Produkt bilanziert, wäre an dieser Stelle zu fragen. Den Konsumkapitalismus zu kritisieren und sich gleichzeitig seiner Instrumente zu bedienen ist aber offensichtlich eine effiziente Möglichkeit, feministische Geschichten so zu erzählen, dass ein breites und heterogenes Publikum überhaupt erreichbar ist. Sowohl der populäre Gegenstand des Filmes als auch die Chance, seine Geschichte im Mainstreamkino Hollywoods neu zu erzählen, boten Gerwig – nicht zuletzt durch den übertreibenden selbstironischen, oft provozierenden und gleichzeitig humorvollen Grundton ihres Filmes – Gelegenheit, Genderdiskussionen niederschwellig voranzutreiben. Gerwigs Film hat kein ausschließlich akademisches feministisches Publikum im Blick, das sich mit Genderdiskursen ohnehin beschäftigt. Was BARBIE in einer weitgreifenden Auseinandersetzung um Geschlechterrollen so bedeutend machen kann, ist die Tatsache, dass in allen Bevölkerungsschichten nahezu voraussetzungsfrei über ihn diskutiert wird. Sein grundsätzlicher feministischer Wert ergibt sich also schon daraus, dass er feministische Anliegen massentauglich kommuniziert und platziert.

Vor diesem Hintergrund gewinnt neben der semiotischen Analyse des Filmes die Untersuchung seiner Rezeption an Bedeutung. Es gilt, nicht nur wahrzunehmen, was im Film geschieht, sondern auch, was sich in der wirklichen Welt mit diesem Film ereignet. Der Barbiefilm enthält verschiedene feministische Botschaften in unterschiedlicher Codierung, die von unterschiedlichen Rezipientinnen und Rezipienten verschieden gelesen werden. Dies funktioniert zum Teil einfach und wenig subtil. Frauen können sich gesehen, inspiriert und für ihren Alltag ermächtigt fühlen durch die Art, wie Barbie beispielsweise selbstbewusst Unternehmensautoritäten gegenübertritt oder sich entschieden gegen Alltagsexismus und „An-mache“ zur Wehr setzt. Manche Botschaften des Filmes erschließen sich eher einer hinsichtlich feministischer Theorie vororientierten Zuschauerschaft, die das ironische Spiel mit Zeichen tiefer durchschaut, beispielweise die implizierte Referenzierung Mulveys und der feministischen Filmtheorie. Mancher Mann fragt andererseits nicht nach einer tieferen Intention, mit der Stereotype inszeniert oder kontextualisiert sind, und fühlt sich durch die verwendeten Übertreibungen provoziert und verunglimpft. Doch selbst polemisch vereinfachende Diskreditierungen des Filmes durch konservative Männer, an denen das Ironische des Filmes unerkant vorbeizieht, initiieren einen Diskurs, der die feministische Diskussion insgesamt am Leben hält. Genau dies könnte als Gerwigs Hauptanliegen gewertet werden.

Deutlich betont Gerwigs Film, dass Feminismus Frauen und Männer gleichermaßen tangiert und herauszufordern hat. Kontroverse Reaktionen sowohl bei Kritikerinnen und Kritikern als auch innerhalb des Mainstreampublikums sind in Gerwigs Film aber nicht allein auf der Grundlage zu deuten, ob die Repräsentation von Geschlechterbildern „richtig“ oder „falsch“ ist. So wäre vielleicht zur Entstehungszeit von Mulveys Artikel *Visual and other Pleasures* noch gefragt worden. Geschlechternormen unterliegen heute einem permanenten Aushandlungsprozess, der progressive intersektionale Tendenzen umfasst, aber auch die Wiederbelebung konservativ-bürgerlicher Rollenbilder beinhaltet. Mehrdeutigkeiten sind dabei zulässig und vermeintlich antifeministische Klischees werden positiv neu gelesen. Ein Beispiel dafür ist „Barbiecore“ mit einem bejahenden äußerlichen Zurschaustellen von Geschlechterstereotypen. Die Umdeutung von Stereotypen kann ermächtigendes Potenzial haben. Gleichzeitig kann der Versuch, krampfhaft eine misogyne Puppe feministisch umzudeuten, und die damit einhergehende Reproduktion von toxischen Klischees kritisch betrachtet werden. Die popkulturelle audiovisuelle Inszenierung von Weiblichkeit scheint nicht ausschließlich affirmativ oder subversiv zu sein, sondern eher widersprüchlich. Dieser Prozess ereignet sich nicht unwesentlich durch die Art der Rezeption. Eine Analyse dieser und das weite Spektrum an Reaktionen des Publikums auf den Kinofilm *BARBIE* könnten ergiebige Thema einer weiteren wissenschaftlichen Arbeit sein, denn Filme wie *BARBIE* stellen diskursive Sinnstiftungsplattformen her, die ganz unterschiedliche Positionierungen ermöglichen. Für Gerwigs Film kann gelten, was bezogen auf den gegenwärtigen *Women's Film* festgestellt wurde: Der Film „evoziert permanent

stereotype Vorstellungen von Weiblichkeit, die er zugleich affirmiert und hinterfragt“ (Dang 2016: 72). Dies führt dazu, dass das Publikum ständig angehalten ist, „sich ablehnend und/oder wohlwollend gegenüber den Protagonistinnen und den Filmen zu positionieren“ (ebd.). Daraus ergibt sich der Vorschlag, „weniger zu untersuchen, welche Geschlechterbilder die Filme zeigen, sondern, welche Formen von ‚Frau-Sein‘ sie erfahrbar machen“. (ebd.). Es kann von einer spezifischen Erfahrungsmodalität ausgegangen werden, die „den Filmen inhärent ist“, womit „die Polarisierung als ästhetische Erfahrung bereits in der Inszenierung der Filme angelegt ist [...], die sowohl die Diegese prägen als auch das Zuschauergefühl“ (ebd. 71).

Gerwigs Film selbst erhebt in seiner demonstrativen Künstlichkeit vielleicht nicht den Anspruch realitätsreferentiell zu sein, auch wenn er deutlich zu realen Gegebenheiten in Beziehung zu setzen ist. Indem er sich des Mittels der Überzeichnung bedient, lässt er vieles bewusst im Vagen. Mit Verweis auf den parodistischen, selbstironischen Ton konnte sich Gerwig zudem ein Stück weit gegenüber kritischen Stimmen immunisieren oder sich einer zu großen Einflussnahme Matells erwehren.

Die Analyse ist auch der Frage nachgegangen, wie Gerwigs Werk innerhalb des feministischen Diskurses zu verorten ist, wenngleich Gerwig interessanterweise betonte, bei *BARBIE* mehr von humanistischen als von feministischen Motiven geleitet gewesen zu sein. Der Feminismus der Gegenwart ist in eine Pluralität von Perspektiven ausdifferenziert und weist viele Ausprägungen, Zielsetzungen und Frauenbilder auf, „die in einem Zusammenspiel von dynamischer Spannung zirkulieren und koexistieren“ (Gill 2018 :19) (vgl. Kapitel 10.). Gerwigs Film funktioniert so, dass sich verschiedene feministische Positionen darin wiederfinden können, ebenso aber viele sich nicht repräsentiert fühlen und dies öffentlich hörbar anmerken. Die Urteile hängen allein innerhalb der explizit feministischen Betrachtung nicht unwesentlich davon ab, welcher feministischen Richtung man sich zugehörig fühlt und von welcher Warte aus der Film perspektiviert wird.

Weiblichkeit ist im Film nicht nur mittels der Barbies repräsentiert. Frauen der Realwelt wie Ruth Handler und vor allem Gloria und Sasha transportieren zusammen mit den extradiegetischen Kommentaren der Erzählerin feministische Botschaften. Diese sind überwiegend verbal platziert, in Dialogen zu finden und wenig in Handlung übersetzt, wodurch sie plakativ und gleichzeitig wirkungsschwach erscheinen mögen. Glorias Monolog bringt persönliche Betroffenheit zum Ausdruck, ohne wirklich politisch zu sein oder zum Handeln aufzufordern. Auch bleiben Fragen offen, wie die nach der konkreten Vision einer weiterentwickelten und reflektierenden Gesellschaft, in der Chancengleichheit herrscht und unterschiedliche Geschlechteridentitäten anerkannt sind. Andererseits ist es schlicht widersinnig, von Gerwigs Film zu erwarten, er könne in 114 Minuten die vielfältige Realität weiblichen Lebens in unserer komplexen Welt vollständig abbilden, Fragen nach dem Verhältnis von Kapitalismus und Patriarchat klärend und erschöpfend abhandeln oder alle Probleme mit vielfältigen Genderidentitäten angemessen

diskutieren. Dies gilt umso mehr, wenn man die Rolle Mattels am Entstehungsprozess und dessen wirtschaftliche Interessen bedenkt und sich zudem vor Augen führt, dass dieser Film als popkulturelles Massenprodukt zu funktionieren hat.

BARBIE lässt sich vielleicht als „Feminismus light“ verstehen, der leicht zugänglich erscheint, „mit neoliberalen Gesellschaftsvorstellungen und Konsumentenkultur verbunden werden kann“ und ein Modell „weiblicher Selbstständigkeit entwirft, dabei aber nicht rational-kritisch argumentiert, sondern an Emotionen appelliert“ (Klippel 2016: 14). Ein solcher Feminismus hat wenig gemein mit dem vermeintlich verbissenen, kämpferisch agierenden Feminismus politischer Aktivistinnen und Aktivisten. BARBIE ließe sich auch als „Symptom des Feminismus“ bezeichnen, da sich in ihm „alle Widersprüchlichkeiten und Nachlässigkeiten des zeitgenössischen Feminismus“ finden (Brückner 2024).

Es lässt sich konstatieren, dass feministische Botschaften und die leichte Unterhaltung eines „Feel-Good-Movies“ einander nicht ausschließen müssen. Mit Gewissheit ist zudem festzustellen, dass der Film wegen seiner vieldeutigen Konstruktion von Weiblichkeit und seiner Massentauglichkeit in der Lage ist, feministische Themen neu ins Bewusstsein vieler Menschen zu heben und diskutabel zu machen. Gerwig mag mit ihrem Film, der auf intelligente Weise feministische Probleme diskutiert, sich gleichzeitig aber nicht zu ernst nimmt, ein revolutionärer Coup im Dienste des Feminismus gelungen sein. Dabei kann BARBIE nicht alles für alle richtig machen. In diesem Sinne und in Anlehnung an Mattels Narrativ ist man geneigt, über Gerwigs Film überspitzt resümierend festzustellen:

It can be anything.

Medienverzeichnis

Primärquelle:

Gerwig, Greta (Regie) (2023): BARBIE. USA: Mattel Films.

Sekundärquellen:

- Aguirre, Abby (24.05.2023): Barbiemanía! Margot Robbie Opens Up About the Movie Everyone's Waiting For. Vogue. Im Internet abrufbar unter: <https://www.vogue.com/article/margot-robbie-barbie-summer-cover-2023-interview> (Zugriff: 09.04.2024).
- Aigner, Josef Christian/ Hug, Theo/ Schuegraf, Martina/ Tillmann, Angela (Hg.) (2005): Medialisierung und Sexualisierung. Vom Umgang mit Körperlichkeit und Verkörperungsprozessen im Zuge der Digitalisierung. Digitale Kultur und Kommunikation. Band 4. Wiesbaden: Springer VS.
- Allbright-Stiftung (31.03.2017): Ein ewiger Thomas-Kreislauf? – Wie deutsche Börsenunternehmen ihre Vorstände rekrutieren. Allbright. Im Internet abrufbar unter: <https://www.allbright-stiftung.de/aktuelles/2019/6/17/der-neue-allbright-bericht-ein-ewiger-thomas-kreislauf-> (Zugriff: 09.06.2024).
- Allen, Kelly (22.07.2023): The Mattel Office in *Barbie* Is Designed to Feel Like It's in Two Worlds. House Beautiful. Im Internet abrufbar unter: <https://www.house-beautiful.com/lifestyle/entertainment/a44600371/barbie-movie-mattel-office-set-design/> (Zugriff: 09.04.2024).
- Allen, Kelly (24.07.2023): Everything We Know About the Barbie Sets and Filming Locations. House Beautiful. Im Internet abrufbar unter: <https://www.housebeautiful.com/lifestyle/entertainment/a44345243/barbie-movie-sets-design-filming-locations/> (Zugriff: 09.04.2024).
- André, Fabienne (2022): #Postfeminismus. In: FKW. Zeitschrift für Geschlechterforschung und visuelle Kultur. Nr. 70. S. 145-148. Im Internet abrufbar unter: <https://www.fkw-journal.de/index.php/fkw/article/view/1610> (Zugriff: 07.04.2024).
- Appinio (2023): It's a Barbie World? Neue Studie von Appinio untersucht Kinofilm-Hype, Markenimage und Diversifizierung. Im Internet abrufbar unter: <https://www.presseportal.de/pm/119258/5560822> (Zugriff: 21.01.2024).
- Baumann-Rüdiger, Esthy (15.12.2023): Vom „lüsternen Sexbömbchen“ zur Feministin: Barbies Geschichte wurde mit einem Kinofilm neu geschrieben. Ist sie deswegen auch ein besseres Spielzeug?. Neue Zürcher Zeitung. Im Internet abrufbar unter: <https://www.nzz.ch/gesellschaft/vom-luesternen-sexboembchen-zur-feministin-barbies-geschichte-wurde-mit-einem-kinofilm-neu-geschrieben-ist-sie-deswegen-auch-ein-besseres-spielzeug-ld.1768333> (Zugriff: 12.04.2024).

- Bee, Julia/ Gözen, Jiré Emine/ Eickelmann, Jennifer/ Linseisen, Elisa/ Pitzen, Caroline (10.10.2023): Wir haben Barbie gesehen und woll(t)en den ganzen Sommer darüber reden! Barbie – Das Gespräch. Zeitschrift für Medienwissenschaft. Im Internet abrufbar unter: <https://zfmedienwissenschaft.de/online/wir-haben-barbie-gesehen-und-wollten-den-ganzen-sommer-darueber-reden> (Zugriff: 12.11.2023).
- Behrmann, Inken (16.08.2023): Was uns der Barbiefilm über den Stand des Feminismus verrät. Campact!. Im Internet abrufbar unter: <https://blog.campact.de/2023/08/was-uns-der-barbie-film-ueber-den-stand-des-feminismus-verraet/> (Zugriff: 09.04.2024).
- Bellmann, Pauline (01.09.2022): Frauen im Film: Zwischen Norm und Veränderung. Der Standard. Im Internet abrufbar unter: <https://www.derstandard.de/story/2000138712291/frauen-im-film-zwischen-norm-und-veraenderung> (Zugriff: 09.04.2024).
- Biehl, Brigitte (10.09.2023): „Unmöglich eine Frau zu sein“: Gender und Leadership im Barbie-Kinofilm. Leadership Insiders. Im Internet abrufbar unter: <https://www.leadership-insiders.de/unmoeglich-eine-frau-zu-sein-gender-und-leadership-im-barbie-kinofilm/> (Zugriff: 16.04.2024).
- Biem, Rotraud/ Blum, Susanne/ Holtgrewe, Ursula/ Simeth, Ursula (1989) Zum Stand der feministischen Filmtheorie. In: Augen-Blick. Marburger Hefte zur Medienwissenschaft. Heft 7: Feminismus und Film. S. 6-44. Im Internet abrufbar unter: <https://doi.org/10.25969/mediarep/2588> (Zugriff: 04.03.2023).
- Bleicher, Joan (08.08.2023): „Barbie“-Analyse: Alles so schön pink hier?. Leibniz-Institut für Medienforschung. Hans-Bredow-Institut. Im Internet abrufbar unter: <https://www.hans-bredow-institut.de/de/blog/alles-so-schoen-pink-hier/> (Zugriff: 06.05.2024).
- Box Office Mojo: Top Lifetime Grosses Worldwide. Im Internet abrufbar unter: https://www.boxofficemojo.com/chart/ww_top_lifetime_gross/ (Zugriff: 05.09.2023).
- Brandstötter, Celina/ Moayeri, Sarah/ F., Roberta (30.08.2023): Is this Barbie (socialist) feminist?. Socialist Party. Im Internet abrufbar unter: <https://www.socialistparty.ie/2023/08/review-is-this-barbie-socialist-feminist/> (Zugriff: 13.04.2024).
- Brauerhoch, Annette (1994): Frauen und Film. No. 54/55. Ethos und Geschlecht. Stroemfeld Verlag.
- Braun, Christina/ Stephan, Inge (Hg.) (2000): Einleitung. In: Gender Studies: Eine Einführung. Stuttgart; Weimar: Metzler. S. 9-15.
- Brückner, Jutta (23.02.24): Fifty Shades of Pink: Was “Barbie” über die Emanzipation verrät. Filmdienst. Im Internet abrufbar unter: <https://www.filmdienst.de/artikel/65192/barbie-und-der-feminismus#> (Zugriff: 09.06.2024).
- Bubenheimer, Alexandra (2014): Frauenbilder in Julia Roberts-Filmen. Untersuchung vor dem Hintergrund des Foucault’schen Machtbegriffes. Medien-

- bildung. Studien zur audiovisuellen Kultur und Kommunikation. Band 1. Magdeburg: Otto von Guericke Universität Magdeburg.
- Büttner, Jean-Martin (22.08.2023): „Barbie“ zeigt wieder: Dünne Frauen haben ehr Erfolg. Tagesanzeiger. Im Internet abrufbar unter: <https://www.tagesanzeiger.ch/der-barbie-effekt-barbie-zeigt-wieder-duenne-frauen-haben-mehr-erfolg-995354346149> (Zugriff 21.03.2024).
- Bütow, Elena/ Heying, Mareen (2024): Popfeminismus. Wir Frauen – Das feministische Blatt. Im Internet abrufbar unter: <https://wirfrauen.de/ausgabe/popfeminismus/> (Zugriff: 10.09.2023).
- Cohen, Kate (05.03.2024): The ‚Barbie‘ speech wasn’t made for the real world. This one is. The Washington Post. Im Internet abrufbar unter: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2024/03/05/barbie-america-ferrera-feminist-speech/> (Zugriff: 11.06.2024).
- Dang, Sarah-Mai (2016): Chick Flicks. Film, Feminismus und Erfahrung. Oa Books. Im Internet abrufbar unter: <https://mediarep.org/server/api/core/bitstreams/f9ce42e0-8854-4c0a-a361-e446ab495e65/content> (Zugriff: 10.04.2024).
- Dath, Dietmar (19.07.2023): Feminimalforderungen. Frankfurter Allgemeine. Im Internet abrufbar unter: <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/kino/der-neue-barbie-film-funktioniert-seine-kapitalismus-kritik-19042016.html> (Zugriff: 21.04.2024).
- De Beauvoir, Simone (2005): Das andere Geschlecht. Sitte und Sexus der Frau. Reinbek: Rowohlt Verlag.
- De Beauvoir, Simone (1949): Le Deuxième Sexe. L’Expérience vécu. Band 2. Paris: Gallimard.
- Di Blasi, Johanna (24.08.2023): Barbie – Superfeministin? RefLab. Im Internet abrufbar unter: <https://www.reflab.ch/barbie-superfeministin/> (Zugriff: 09.06.2024).
- Dittmar, Helga/ Halliwell, Emma/ Ive, Suzanne (2006): Does Barbie make girls want to be thin? The effect of experimental exposure to images of dolls on the body image of 5- to 8-year-old girls. National Library of Medicine. National Center of Biotechnology Information. Im Internet anbrufbar unter: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/16569167/> (Zugriff: 09.04.2024).
- Eckes, Thomas (2004): Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen. In: Ruth Becker/ Beate Kortendieck (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. Wiesbaden: VS Verlag. S. 171-182.
- Eder, Jens (Hg.) (2002): Die Postmoderne im Kino. Entwicklungen im Spielfilm der 90er Jahre. In: Oberflächenrausch. Postmoderne und Postklassik im Kino der 90er Jahre. Münster: LitVerlag. S.9-61.
- Elsen, Hilke (2023): Gender – Sprache – Stereotype. Geschlechtersensibilität in Alltag und Unterricht. 2. Auflage. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag.

- Faulstich, Werner (2002): Grundkurs Filmanalyse. 3. Auflage. Paderborn: Wilhelm Fink.
- Fear, David (18.07.2023): 'Barbie' May Be the Most Subversive Blockbuster of the 21st Century. Rolling Stone. Im Internet abrufbar unter: <https://www.rollingstone.com/tv-movies/tv-movie-reviews/barbie-review-margot-robbie-ryan-gosling-greta-gerwig-1234784040/> (Zugriff: 13.07.2024).
- Feldmann, Doris/ Schülting, Sabine (2002): Gender Studies/ Gender-Forschung. In: Kroll, Renate (Hg.): Metzler-Lexikon Gender Studies. Stuttgart: Metzler. S. 143-145.
- Frankfurter Rundschau (08.03.2019): Pink wie eh und je. Im Internet abrufbar unter: <https://www.fr.de/panorama/barbie-wird-60-11836214.html> (Zugriff: 09.04.2024).
- Freddy (30.07.23): Die neue Barbie: Feministisches Vorbild, oder doch nur pink-washed?. Klasse gegen Klasse. Im Internet abrufbar unter: <https://www.klasse-gegenklasse.org/die-neue-barbie-feministisches-vorbild-oder-doch-nur-pink-washed/> (Zugriff: 09.05.2024).
- Friedrich-Ebert-Stiftung: Feminismus und Geschichte der Frauenbewegung in Deutschland. Im Internet abrufbar unter: <https://www.fes.de/index.php?elD=dumpFile&t=f&f=60183&token=80c96c58915ad09320f9178ade6224a104098bdf> (Zugriff: 09.04.2024).
- Funk, Wolfgang (2024): Gender Studies. 2. Auflage. Paderborn: Brill Fink.
- Gahr, Johanna (20.04.2024): Barbie: Feministische Ikone oder sexistischer Stereotyp?. Plus 24 Chronik. Im Internet abrufbar unter: <https://www.puls24.at/news/chronik/barbie-feministische-ikone-oder-sexistischer-stereotyp/302883> (Zugriff: 08.06.2024).
- Geissmann, Tabea (21.12.2023): Durch die Augen, in den Sinn. Bärner Studizytig. Im Internet abrufbar unter: <https://www.studizytig.ch/ausgaben/ausgabe-34/durch-die-augen-in-den-sinn/> (Zugriff: 27.04.2024).
- Gerdes, Gesche (2012): Der Postfeminismus-Vorwurf: Beobachtungen zum feministischen Selbstkonzept junger Theaterkünstlerinnen und Journalistinnen am Beispiel des Missy Magazine. In: Gender: Zeitschrift für Geschlecht, Kultur und Gesellschaft, Jg. 4, H. 1, S. 9-23.
- Gill, Rosalind (2007): Gender and the Media. Cambridge: Polity Press.
- Gill, Rosalind (2018): Die Widersprüche verstehen. (Anti-)feminismus, Postfeminismus, Neoliberalismus. In: APuZ. Aus Politik und Zeitgeschichte. Zeitschrift der Bundeszentrale für politische Bildung: (Anti-)Feminismus. 68. Jahrgang. S. 12-19.
- Gruber, Susanna/ Baum, Veronika (09.03.2023): Die Barbie-Puppe hat viele Gesichter. Bayern Radio Kinder. Im Internet abrufbar unter: <https://www.br.de/kinder/barbie-geburtstag-plastikpuppe-spielzeug-klaro-kindernachrichten-106.html> (Zugriff: 21.01.2024)

- Haaf, Meredith/ Klinger, Susanne/ Streidl, Barbara (2008): Wir Alphamädchen. Warum Feminismus das Leben schöner macht. 1. Auflage. Hamburg: Hoffmann und Campe Verlag.
- Hauer, Anna (21.02.2024): Willkommen in der Realität, Barbie? Barbie, die neue Wegweiserin?. Welt der Frauen. Im Internet abrufbar unter: <https://www.welt-der-frauen.at/barbie/> (Zugriff: 09.04.2024).
- Heinrich-Böll-Stiftung: Feminismen. Im Internet abrufbar unter: <https://www.gwi-boell.de/de/feminismen> (Zugriff: 09.04.2024).
- Heinrich Böll Stiftung (04.05.2010): Feministische Traditionen. Geschichte. Im Internet abrufbar unter: <https://www.gwi-boell.de/de/2010/05/04/feministische-traditionen-geschichte> (Zugriff: 10.05.2024).
- Heinrich Böll Stiftung NRW: Feminismus & Geschlechterdemokratie. Im Internet abrufbar unter: <https://www.boell-nrw.de/de/feminismus-geschlechterdemokratie> (Zugriff: 10.05.2024).
- Hengehold, Laura (2019): Die Philosophie der Individuation bei Simone de Beauvoir. In: APuZ. Aus Politik und Zeitgeschichte. Zeitschrift der Bundeszentrale für politische Bildung: „Das andere Geschlecht“. 69. Jahrgang. S. 34-38.
- Hiatt, Brian (03.07.2023): The Brain Behind ‚Barbie‘: Inside the Brilliant Mind of Greta Gerwig. Rolling Stone. Im Internet abrufbar unter: <https://www.rollingstone.com/tv-movies/tv-movie-features/barbie-greta-gerwig-interview-margot-robbie-ryan-gosling-superhero-movie-1234769344/> (Zugriff 19.04.2024).
- Holland-Cunz, Barbara (2018): Was ihr zusteht. Kurze Geschichte des Feminismus. In: APuZ. Aus Politik und Zeitgeschichte. Zeitschrift der Bundeszentrale für politische Bildung: (Anti-)Feminismus. 68. Jahrgang. S. 4-11.
- Horlacher, Stefan (Hg.) (2010): „Wann ist die Frau eine Frau?“ „Wann ist der Mann ein Mann?“ Konstruktionen von Geschlechtlichkeit aus kulturwissenschaftlicher Perspektive. In: „Wann ist die Frau eine Frau?“ „Wann ist der Mann ein Mann?“ Konstruktionen von Geschlechtlichkeit von der Antike bis ins 21. Jahrhundert. Würzburg: Königshausen & Neumann. S. 7-46.
- Huter, Toby Lynn (20.09.2023): Is This Barbie’s World? A Feminist Analysis Of Greta Gerwig’s ‘Barbie’. Mxdwn. Im Internet abrufbar unter: <https://movies.mxdwn.com/feature/is-this-barbies-world-a-feminist-analysis-of-greta-gerwigs-barbie/> (Zugriff: 09.04.2024).
- Ingelfinger, Antonia/ Penkwitt, Meike (2004): Screening Gender. Geschlechterkonstruktionen im Kinofilm. In: Zentrum für Anthropologie und Gender Studies. Freiburger Frauen-Studien. Ausgabe 14. S. 12-37.
- Kant, Immanuel (1798): Anthropologie in pragmatischer Hinsicht. Königsberg: Meiner.
- Kauer, Katja (2009): Popfeminismus! Fragezeichen! Eine Einführung. Berlin: Frank & Timme Verlag.
- Kaufmann, Caroline (2006): Zur Semantik der Farbadjektive. München: Herbert Urz Verlag.

- Klippel, Heike (2006): Frauen, Film und Medien. In; Frauen und Film. No. 65. Stroemfeld Verlag. S. 20-38.
- Klippel, Heike (2016): Feministische Filmtheorie und Genderforschung, In: Groß, Bernhard/ Morsch, Thomas (Hg.): Handbuch Filmtheorie. Wiesbaden: Springer. S. 101-118 (Aufsatz per se: S. 1-17).
- Krah, Hans (2019): Raum und Grenze: Eine semiotische Bestandsaufnahme – Mit dem Beispiel des Bunkers im ästhetischen Diskurs globaler Katastrophenszenarien. Schriften Zur Kultur- und Mediensemiotik | Online. No. 4. S. 73-110. Im Internet abrufbar unter: <https://ojs3.uni-passau.de/index.php/skms/article/view/184/177> (Zugriff: 18.08.2022)
- Küper-Reimann, Ina (13.07.2023): YES, I'm a Barbie Girl! Warum Feminismus und Barbie-Liebe zusammenpasst. Cosmopolitan. Im Internet abrufbar unter: <https://www.cosmopolitan.de/cosmocolumne-yes-im-a-barbie-girl-131599.html> (Zugriff: 09.04.2024).
- Laguerre-Lewis, Kayla (26.07.2023): Why The "Closer To Fine" Song Is So Important In The Barbie Movie. Screenrant. Im Internet abrufbar unter: <https://screenrant.com/barbie-movie-closer-to-fine-indigo-girls-meaning/> (Zugriff: 09.04.2024).
- Lenker, Maureen Lee (14.07.2023): Everything you'd want to know about Barbieheimer, the summer's hottest trend. Entertainment Weekly. Im Internet abrufbar unter: <https://ew.com/movies/barbieheimer-everything-to-know/> Zugriff: 09.04.2024).
- Lenz, Ilse (2018a): Was ist Feminismus?. Böll-Stiftung. Gunda-Werner-Institut. Feminismus und Geschlechterdemokratie. 25.05.2018. Im Internet abrufbar unter: <https://www.gwi-boell.de/de/2018/05/25/was-ist-feminismus> (Zugriff: 09.04.2024).
- Lenz, Ilse (2018b): Von der Sorgearbeit bis #MeToo: Aktuelle feministische Themen und Debatten in Deutschland. In: APuZ. Aus Politik und Zeitgeschichte. Zeitschrift der Bundeszentrale für politische Bildung: (Anti-)Feminismus. 68. Jahrgang. S. 20-27.
- Lotman, Jurij M. (1972): Die Struktur literarischer Texte. München: Wilhelm Fink.
- Mattel (28.01.2020): Barbie® erweitert Fashionistas Puppenlinie. Im Internet abrufbar unter: <https://news.mattel.de/pressreleases/barbie-r-erweitert-fashionistas-puppenlinie-2964196> (Zugriff: 07.05.2024).
- Mattel (01.10.2020): Neue Studie zeigt: Das Spielen mit Puppen hilft Kindern, Empathie und Fähigkeiten der sozialen Informationsverarbeitung zu entwickeln. Im Internet abrufbar unter: <https://news.mattel.de/pressreleases/neue-studie-zeigt-das-spielen-mit-puppen-hilft-kindern-empathie-und-faehigkeiten-der-sozialen-informationsverarbeitung-zu-entwickeln-3039294> (Zugriff: 30.07.2024).
- Mattel (2024a): Barbie Role Models: Hellen Mirren (United Kingdom). Im Internet abrufbar unter: <https://shop.mattel.com/pages/barbie-role-models-helen-mirren> (Zugriff: 21.05.2024).

- Mattel (2024b): Unser Weg zur Vielfalt. Im Internet abrufbar unter: <https://shopping.mattel.com/de-de/pages/barbie-diversity-evolution?icid=BRB|Single-Brand|Product|Brand|OurDiversityEvolution|2.1-12.31|LearnMore|BarbieDiversity|Mattel|BrandCampaignPage> (Zugriff: 05.08.2024).
- Mattel (2024c): The Dream Gap Project. Barbie. Mädchen glauben daran, alles sein zu können, doch glaubt die Welt an sie? Im Internet abrufbar unter: <https://shopping.mattel.com/de-de/pages/barbie-dream-gap> (Zugriff: 13.05.2024).
- McRobbie, Angela (2010): Top Girls. Feminismus und der Aufstieg des neoliberalen Geschlechterregimes. *Geschlecht und Gesellschaft*. Band 44. Wiesbaden: VS Verlag.
- Mecke, Jochen (2004): Schwarze Exotik. Grenze, Grenzerfahrung und Grenzüberschreitung in Jules Vernes Roman *Les Indes Noires* (1877). In: Frank, Gustav/Lukas, Wolfgang (Hgg.): *Norm – Grenze – Abweichung: Kultursemiotische Studien zu Literatur, Medien und Wirtschaft*. Passau: Verlag Karl Stutz. S. 107-126.
- Mellin, Elisa (20.08.2023): Barbie-Film: Geschickt vermarkteter Feminismus oder Empowerment?. *Sozialistische Demokratie*. Im Internet abrufbar unter: <https://www.sozialismus.info/2023/08/barbie-film-geschickt-vermarkteter-feminismus-oder-empowerment/> (Zugriff: 16.04.2024).
- Mirren, Helen (06.03.2024): Global Icon Barbie® honours acclaimed Actress Dame Helen Mirren with a one-of-a-kind doll made in her likeness ahead of International Women’s Day. Im Internet abrufbar unter: <https://www.helenmirren.com/2024/03/06/global-icon-barbie-honours-acclaimed-actress-dame-helen-mirren-with-a-one-of-a-kind-doll-made-in-her-likeness-ahead-of-international-womens-day/> (Zugriff 16.04.2024).
- Montanari, Johanna (10.05.2022): Wird der neue Barbie-Film etwa feministisch?. *Der Freitag*. Im Internet abrufbar unter: <https://www.freitag.de/autoren/johanna-montanari/wird-der-neue-barbie-film-womoeglich-feministisch> (Zugriff: 09.04.2024).
- Morgan, Piers (24.07.2023): If I made a movie that treated woman the way Barbie treats men, feminists would want me executed. *New York Post*. Im Internet abrufbar unter: <https://nypost.com/2023/07/24/if-i-made-a-movie-that-treated-women-the-way-barbie-treats-men-feminists-would-want-me-executed/> (Zugriff: 09.04.2024).
- Mühlen-Achs, Gitta (2003): Frauenbilder: Konstruktionen des anderen Geschlechts. In: Mühlen Achs, Gitta/Schorb, Bernd (Hg.): *Geschlecht und Medien. Reihe Medienpädagogik*, Band 7. München: Kopaed Verlags GmbH. S. 13-37.
- Mulvey, Laura (1975): *Visual and Other Pleasures*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Macmillan.
- Munro, Ealasaid (2013): Feminism: A Fourth Wave? In: *Political Insight*. Jg. 4, H. 2, S. 22-25.

- Orban, Ivan (2003): Grenze und Wirklichkeit. Frankfurt am Main, London: ontos Verlag.
- Papenbroock, Jana (24.10.2023): Barbie. Plastik, Product-Placement und das Patriarchat. Mediendiskurs. Im Internet abrufbar unter: <https://mediendiskurs.online/beitrag/barbie-beitrag-772/> (Zugriff: 10.04.2024).
- Peters, Katharin/ Seier, Andrea (Hg.)(2016): Gender und Medien-Reader. Zürich.
- Pinkstinks (28.09.2015): Was wir tun. Im Internet abrufbar unter: <https://pinkstinks.de/was-wir-tun/> (Zugriff: 10.04.2024).
- Prauß, Angelika (19.07.2023): Barbie-Film: Blödes Blondchen oder Vorbild für moderne Frauen?. Evangelische Zeitung. Im Internet abrufbar unter: <https://www.evangelische-zeitung.de/barbie-film-bloedes-blondchen-oder-vorbild-fuer-moderne-frauen> (Zugriff: 09.04.2024).
- Rauch, Bianca J. (19.07.2023): Barbie. FilmLöwin. Das feministische Filmmagazin. Im Internet abrufbar unter: <https://filmloewin.de/barbie/> (Zugriff: 09.04.2024).
- Rendl, Simone (16.07.2023): Die Evolution der Barbie. Von der Luxus-Modepuppe zum inklusiven Vorbild. Kleine Zeitung. Im Internet abrufbar unter: https://www.kleinezeitung.at/lebensart/6307014/Die-Evolution-der-Barbie_Von-der-LuxusModepuppe-zum-inklusive-Vorbild (Zugriff: 09.04.2024).
- Robledo, Antony (18.04.2023): Why Barbie's Best Friend Midge Was Once Removed From Shelves. BuzzFeed. Im Internet abrufbar unter: <https://www.buzzfeednews.com/article/anthonyrobledo/midge-allan-barbie-movie-history> (Zugriff: 09.04.2024).
- Rosenfeld, Dagmar (27.05.2013): Barbie und ihr verkanntes modernes Frauenbild. Rheinische Post. Im Internet abrufbar unter: https://rp-online.de/politik/deutschland/kolumnen/frauensache/barbie-und-ihr-verkanntes-moderne-frauenbild_aid-15544101 (Zugriff: 09.04.2024).
- Ryan, Patrick (22.07.2023): 'Barbie' ending: Greta Gerwig talks 'emotional' final line. USA TODAY Entertainment. Im Internet abrufbar unter: <https://eu.usatoday.com/story/entertainment/movies/2023/07/22/barbie-moving-ending-spoilers/70429263007/> (Zugriff: 02.04.2024).
- Schmidt, Leonie (26.07.2023): Barbie: Dauerwerbesendung für pinken Kapitalismus? Eine marxistische Filmkritik. Revolution. Im Internet abrufbar unter: <https://onesolutionrevolution.de/barbie-dauerwerbesendung-fuer-pinken-kapitalismus-eine-marxistische-filmkritik/> (Zugriff: 23.05.2024).
- Schmincke, Imke (2018): Frauenfeindlich, Sexistisch, Antifeministisch? Begriffe und Phänomene bis zum aktuellen Antigenderismus. In: APuZ. Aus Politik und Zeitgeschichte. Zeitschrift der Bundeszentrale für politische Bildung: (Anti-)Feminismus. 68. Jahrgang. S. 28-33.
- Schwardt, Matthias (29.07.2023): Barbie: Mal eine andere Filmkritik. TAZ. Im Internet abrufbar unter: <https://blogs.taz.de/von-wegen-kultur/barbie-die-andere-kritik/> (Zugriff: 19.04.2024).

- Seifert, Ruth (2003): Machtvolle Blicke: Genderkonstruktion und Film. In: Mühlen Achs, Gitta/ Schorb, Bernd (Hg.): Geschlecht und Medien. Reihe Medienpädagogik, Band. 7. München: Kopaed Verlags GmbH. S. 39-56.
- Shatabi, Jabin Tasmin (24.08.2023): Why the Barbie movie is making some people uncomfortable. The Business Standard. Im Internet abrufbar unter: <https://www.tbsnews.net/thoughts/why-barbie-movie-making-some-people-uncomfortable-688018> (Zugriff: 09.04.2024).
- Spiegel (2023b): „Barbie“ ist jetzt Milliardärin. 07.08.2023. Im Internet abrufbar unter: <https://www.spiegel.de/kultur/kino/barbie-hat-eine-milliarde-us-dollar-weltweit-eingespielt-a-61b0c5f7-e354-4ce9-a021-8c3305a29ff7> (Zugriff: 10.09.2023).
- Spiegel (2023a): „Barbie“ ist jetzt erfolgreichster Film des Jahres weltweit. 04.09.2023. Im Internet abrufbar unter: <https://www.spiegel.de/kultur/kino/barbie-ist-jetzt-der-erfolgreichste-film-des-jahres-2023-weltweit-a-63357ced-1d93-4c2a-ae76-b32ceea5c873> (Zugriff: 10.09.2023).
- Squid Studios (28.08.2023): Deconstructing Barbie (2023): Eine Demaskierung der Illusion des Feminismus und seiner unternehmerischen Agenda. Im Internet abrufbar unter: <https://the-squid-studios.com/de/blogs/slow-fashion-blog/critical-view-on-barbie-movie-blogpost> (Zugriff: 17.04.2024).
- Stokowski, Margarete (2019): Das Ewigweibliche endlich fallen lassen. Was sagt uns „Das andere Geschlecht“ heute? In: APuZ. Aus Politik und Zeitgeschichte. Zeitschrift der Bundeszentrale für politische Bildung: „Das andere Geschlecht“. 69. Jahrgang. S. 4-9.
- Tsomou, Margarita (2021): Popfeminismus: Viele Grüße von der anderen Seite der Selbstermächtigung. Goethe-Institut. Im Internet abrufbar unter: <https://www.goethe.de/prj/ger/de/wow/bln/22119245.html> (Zugriff: 16.04.2024).
- Upart: Die Welt sieht Pink – Das Geheimnis hinter dem Barbie-Marketing. Im Internet abrufbar unter: <https://www.upart.at/blog/blogdetail/die-welt-sieht-pink-das-geheimnis-hinter-dem-barbie-marketing-192> (Zugriff: 14.03.2024).
- von Barga, Henning (29.06.2018): Feminismus: Begriffe und FAQs. Böll-Stiftung. Im Internet abrufbar unter: <https://www.boell.de/de/2018/06/29/feminismus-im-ueberblick> (Zugriff: 09.04.2024).
- von Barga, Henning (03.07.2018): Von Welle zu Welle. Böll-Stiftung. Im Internet abrufbar unter: <https://www.boell.de/de/2018/07/03/von-welle-zu-welle> (Zugriff: 09.04.2024).
- von Blazekovic, Aurelie (20.07.2023): Ja zum Barbiearchat. Süddeutsche Zeitung. Im Internet abrufbar unter: <https://www.sueddeutsche.de/kultur/barbie-film-kritik-erwartungen-ryan-gosling-margot-robbie-1.6042079?reduced=true> (Zugriff: 25.07.2023).
- Ward, Marguerite (24.07.2022): Barbiecore isn't just the summer's hottest trend. It's a Gen Z and Millennial statement on diversity and feminism. Business Insider. Im Internet abrufbar unter: <https://www.businessinsider.com/barbie>

core-gen-z-millennial-fashion-statement-diversity-feminism-pink-meaning-2022-7 (Zugriff: 09.04.2024).

Weingarten, Susanne (2004): *Bodies of Evidence. Geschlechtsrepräsentationen von Hollywood-Stars*. Marburg: Schüren Verlag.

Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (23.05.2023): Wunsch nach eigenen Kindern geht zurück. Im Internet abrufbar unter: <https://www.wzb.eu/de/news/wunsch-nach-eigenen-kindern-geht-zurueck> (Zugriff: 11.07.2024).

Wolf, Naomi (2002): *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women*. New York: Harper Perennial.

Wong, Heidi (27.09.2023): A Tale of Pink and Patronizing: Unraveling the Male Gaze in "Barbie". Medium. Im Internet abrufbar unter: <https://medium.com/@wonghunter398/a-tale-of-pink-and-patronizing-unraveling-the-male-gaze-in-barbie-a911b48e59a2> (Zugriff: 06.10.2023).

Woyciechowski, Angela (20.07.2023): So haben Mattel und Warner für den Barbie-Film-Hype gesorgt. OMR. Im Internet abrufbar unter: <https://omr.com/de/daily/barbie-hype-mattel-warner-marketingcoup> (Zugriff: 03.02.2024).

ZDF heute (26.10.2023): Mattel profitiert vom „Barbie“-Film. Im Internet abrufbar unter: <https://www.zdf.de/nachrichten/wirtschaft/unternehmen/barbie-film-mattel-geschaefszahlen-100.html> (Zugriff: 09.04.2024).

Zimmerer, Franziska (26.01.2024): Das unbequeme Problem des pinken Vorschlaghammer-Feminismus? Die Realität. Welt. Im Internet abrufbar unter: <https://www.welt.de/debatte/kommentare/article249717124/Barbie-Das-unbequeme-Problem-des-pinken-Vorschlaghammer-Feminismus-Die-Realitaet.html> (Zugriff: 09.04.2024).

Videoquellen:

- 60 Minutes (04.12.2023): Greta Gerwig: The 60 Minutes Interview. YouTube. Im Internet abrufbar unter: https://www.youtube.com/watch?v=S8St_qH55_s (Zugriff: 05.08.2024).
- ABC News In-depth (12.07.2023): Greta Gerwig und Margot Robbie discuss Barbie's suprising feminism | 7.30. YouTube. Im Internet abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=GuWr-v3TOO8> (Zugriff: 06.04.2024).
- extratv (26.07.2023): Greta Gerwig on 'Barbie' Making People CRY & Its Deeper Messages (Exclusive). YouTube. Im Internet abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=wloXjbmeUM> (Zugriff: 05.08.2024).
- iHollywoodTV (13.07.2023): Barbie Movie – Behind The Scenes (2023). YouTube. Im Internet abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=1s2Gf1szgNs> (Zugriff: 05.08.2024).
- Letterboxd (13.07.2023): Greta Gerwig's Official Barbie Watchlist. YouTube. Im Internet abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=s2rNnOGfmv0> (Zugriff: 05.08.2024).
- The View (20.07.2023): Greta Gerwig Tackles The 'Complex' Story Of Barbie In New Movie | The View. YouTube. Im Internet abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=-hd80GGWx1o> (Zugriff: 05.08.2024).
- Warner Bros. Pictures (25.05.2023): Barbie | Main Trailer. YouTube. Im Internet abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=pBk4NYhWNMM> (Zugriff 30.07.24)

Anhang**Glorias Rede: „It is literally impossible to be a woman“**

It is literally impossible to be a woman.

You are so beautiful, and so smart, and it kills me that you don't think you're good enough.

Like, we have to always be extraordinary, but somehow we're always doing it wrong.

You have to be thin, but not too thin.

And you can never say you want to be thin.

You have to say you want to be healthy, but also you have to be thin.

You have to have money, but you can't ask for money because that's crass.

You have to be a boss, but you can't be mean.

You have to lead, but you can't squash other people's ideas.

You're supposed to love being a mother, but don't talk about your kids all the damn time.

You have to be a career woman, but also always be looking out for other people.

You have to answer for men's bad behavior, which is insane, but if you point that out, you're accused of complaining.

You're supposed to stay pretty for men, but not so pretty that you tempt them too much or that you threaten other women because you're supposed to be a part of the sisterhood.

But always stand out and always be grateful.

But never forget that the system is rigged.

So find a way to acknowledge that but also always be grateful.

You have to never get old, never be rude, never show off, never be selfish, never fall down, never fail, never show fear, never get out of line.

It's too hard!

It's too contradictory and nobody gives you a medal or says thank you!

And it turns out in fact that not only are you doing everything wrong, but also everything is your fault.

I'm just so tired of watching myself and every single other woman tie herself into knots so that people will like us.

Not only are you doing everything wrong, but also everything is your fault.

BARBIE, Gerwig 2023, 1:13:48 bis 1:15:30

Liedtexte

Pink (Lizzo)

When I wake up in my own pink world
I get up out of bed and wave to my homegirls
Hey, Barbie (hey), she's so cool
All dolled up, just playin' chess by the pool

C'mon, we got important things to do
It's her (ayy), and her (ayy)
And me, and you

In pink, goes with everything
Beautiful from head to toe
I'm read' to go, you know, you know
It's pink
Good enough to drink
We like all the colors, but pink just looks so good on us

What you wearin'? Dress or suit?
Either way, that power looks so good on you
Hey, Barbie, I like your style
If that was really a mirror, you'd see a perfect smile
'Round and 'round and 'round and 'round and

That's my Barbie (go, Barbie, go, Barbie)
That's my Barbie (ooh, ooh, ooh)
That's my Barbie (go Barbie, go, Barbie)
That's my Barbie (ooh, ooh, ooh)

C'mon, we got important things to do
It's her (ayy), and her (ayy)
And me (ayy), and you

In pink, goes with everything (oh, yeah)
Beautiful from head to toe
I'm read' to go, you know, you know
It's pink (pretty pink)
Good enough to drink (oh yeah)
We like all the colors but pink just looks so good on us

P, pretty
I, intelligent

N, never sad
K, cool

Hey, Midge
Never mind

Quelle: LyricFind

Songwriter: Andrew Wyatt / Eric Frederic / Mark Ronson / Melissa Jefferson
Songtext von Pink © Concord Music Publishing LLC, Kobalt Music Publishing Ltd.,
Sony/ATV Music Publishing LLC, Universal Music Publishing Group, Warner Chap-
pell Music, Inc

Close to fine (Indigo Girls)

I'm trying to tell you something 'bout my life
Maybe give me insight between black and white
And the best thing you ever done for me
Is to help me take my life less seriously
It's only life after all, yeah

Well, darkness has a hunger that's insatiable
And lightness has a call that's hard to hear
And I wrap my fear around me like a blanket
I sailed my ship of safety till I sank it
I'm crawling on your shores

And I went to the doctor, I went to the mountains
I looked to the children, I drank from the fountains
There's more than one answer to these questions
Pointing me in a crooked line
And the less I seek my source for some definitive
(The less I seek my source)
Closer I am to fine, yeah
Closer I am to fine, yeah

And I went to see the doctor of philosophy
With a poster of Rasputin and a beard down to his knee
He never did marry or see a B-grade movie
He graded my performance, he said he could see through me
I spent four years prostrate to the higher mind
Got my paper and I was free

And I went to the doctor, I went to the mountains
I looked to the children, I drank from the fountains
There's more than one answer to these questions
Pointing me in a crooked line
And the less I seek my source for some definitive
(The less I seek my source)
Closer I am to fine, yeah
Closer I am to fine, yeah

I stopped by the bar at 3 A.M.
To seek solace in a bottle or possibly a friend
And I woke up with a headache like my head against a board
Twice as cloudy as I'd been the night before
And I went in seeking clarity

I went to the doctor, I went to the mountains
I looked to the children, I drank from the fountains
We go to the doctor, we go to the mountains
We look to the children, we drink from the fountain
Yeah, we go to the Bible, we go through the workout
We read up on revival, we stand up for the lookout

There's more than one answer to these questions
Pointing me in a crooked line
And the less I seek my source for some definitive
(The less I seek my source)
Closer I am to fine
Closer I am to fine
Closer I am to fine, yeah

Quelle: Musixmatch.com
Songwriter: Emily Ann Saliers / Amy Elizabeth Ray
Songtext von Closer to Fine © Godhap Music

Push (Matchbox Twenty)

Said I don't know if I've ever been good enough
I'm a little bit rusty, and I think my head is cavin' in
And I don't know if I've ever been really loved
By a hand that's touched me
And I feel like something's gonna give

And I'm a little bit angry, well
This ain't over, no, not here
Not while I still need you around
You don't owe me, we might change, yeah
Yeah, we just might feel good

I wanna push you around
Well, I will, well, I will
I wanna push you down
Well, I will, well, I will
I wanna take you for granted

Well, I wanna take you for granted
Yeah, yeah, well, I will
She said I don't know why you ever would lie to me
Like I'm a little untrustin'
When I think that the truth is gonna hurt ya

And I don't know why you couldn't just stay with me
You couldn't stand to be near me
When my face don't seem to want to shine
'Cause it's a little bit dirty, oh, well
Well, don't just stand there, sayin' nice things to me

'Cause I've been cheated, I've been wronged and you
You don't know me, yeah, well, I can't change
Well, I won't do anything at all

I wanna push you around
Well, I will, well, I will
I wanna push you down
Well, I will, well, I will
I wanna take you for granted
Yeah, I wanna take you for granted
Yeah, yeah, well, I will

Oh, but don't bowl me over
Just wait a minute, well, it kinda fell apart, things
Things get so crazy, crazy
Don't rush this, baby
Don't rush this, baby, baby

I wanna push you around
Well, I will, well, I will
I wanna push you down
Well, I will, well, I will
I wanna take you for granted, yeah, yeah, yeah

I wanna take you, take you
Yeah, well, I will
I will, I will, I will, yeah
Well, I will, well, I will, yeah

Push you around
And drag you down
I wanna push you around
Well, I will

Quelle: www.songtexte.com
Writer(s): Rob Thomas, Matt Serletic
Lyrics powered by www.musixmatch.com

I'm just Ken (Ryan Gosling)

Doesn't seem to matter what I do
I'm always number two
No one knows how hard I tried, oh-oh
I, I have feelings that I can't explain
Drivin' me insane
All my life, been so polite
But I'll sleep alone tonight

'Cause I'm just Ken, anywhere else I'd be a ten
Is it my destiny to live and die a life of blonde fragility?
I'm just Ken
Where I see love, she sees a friend
What will it take for her to see the man behind the tan and fight for me?

I wanna know what it's like to love, to be the real thing
Is it a crime? Am I not hot when I'm in my feelings?
And is my moment finally here, or am I dreaming?
I'm no dreamer

Can you feel the Kenergy?
Feels so real, my Kenergy
Can you feel the Kenergy?
Feels so real, my Kenergy

I'm just Ken, anywhere else I'd be a ten
Is it my destiny to live and die a life of blonde fragility?
I'm just Ken
Where I see love, she sees a friend
What will it take for her to see the man behind the tan and fight for me?

I'm just Ken (and I'm enough)
And I'm great at doing stuff
So, hey! Check me out, yeah, I'm just Ken
My name's Ken (and so am I)
Put that manly hand in mine
So, hey! World, check me out, yeah, I'm just Ken
Baby, I'm just Ken (nobody else, nobody else, nobody)

Quelle: www.musixmatch.com

Writer(s): Mark Ronson, Andrew Wyatt

Songtext von I'm Just Ken Merry Kristmas Barbie © Songs Of Zelig, Warner-barham Music Llc., Concord Copyrights, Hifi Music Ip Issuer L.p.

What was I made for? (Billie Eilish)

I used to float, now I just fall down
I used to know but I'm not sure now
What I was made for
What was I made for?

Takin' a drive, I was an ideal
Looked so alive, turns out I'm not real
Just something you paid for
What was I made for?

'Cause I, I
I don't know how to feel
But I wanna try
I don't know how to feel
But someday, I might
Someday, I might

When did it end? All the enjoyment
I'm sad again, don't tell my boyfriend
It's not what he's made for
What was I made for?

'Cause I, 'cause I
I don't know how to feel
But I wanna try
I don't know how to feel
But someday I might
Someday I might

Think I forgot how to be happy
Something I'm not, but something I can be
Something I wait for
Something I'm made for
Something I'm made for

Quelle: <https://lyrics.lyricfind.com/>

Songwriter: Billie Eilish O'Connell / Finneas Baird O'Connell

Songtext von What Was I Made For? © Kobalt Music Publishing Ltd., Universal Music Publishing Group

VZKF Student Research Papers

Das VZKF fördert den wissenschaftlichen Nachwuchs. Im „Nachwuchsportal“ des *Virtuellen Zentrums für kultursemiotische Forschung* auf der Webseite www.kultursemiotik.com besteht die Möglichkeit eines hochschul- und fachstudiengangüberschreitenden Austauschs für Studierende und Graduierte mit semiotischen Studien- und Forschungsinteressen.

Mit der Open Access-Publikationsreihe *Student Research Papers* werden Arbeiten des wissenschaftlichen Nachwuchses der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. In vielen Studiengängen entstehen qualitativ hochwertige Hausarbeiten, denen ebenso wie den meisten Bachelor- oder Master-Abschlussarbeiten keine öffentliche Beachtung zuteil wird, obwohl sich darunter engagierte Schriften finden, die mit hochinteressanten Ergebnissen aufwarten oder auch solche, die Gegenstände überhaupt erstmalig wissenschaftlich erschließen.

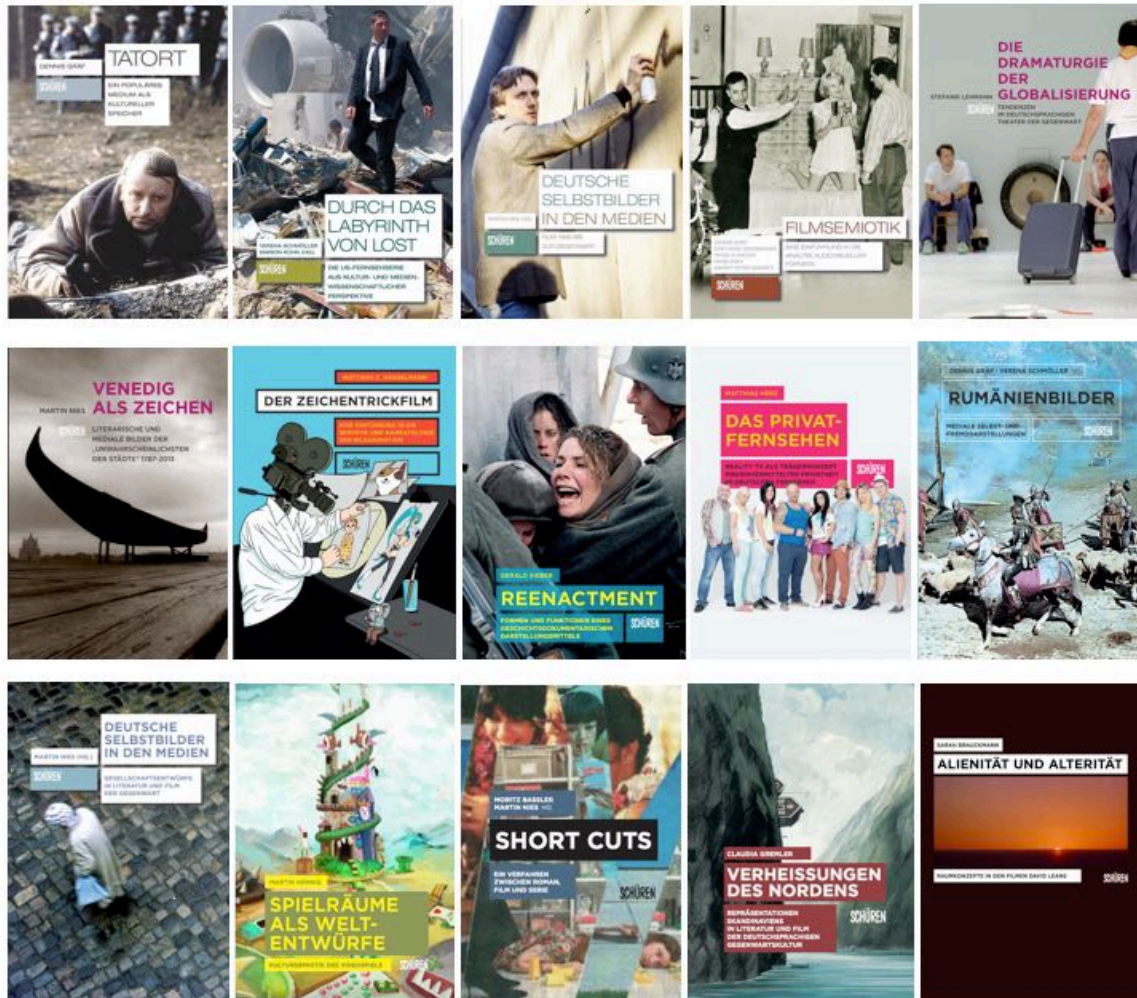
Die in den *VZKF Student Research Papers* veröffentlichten Arbeiten verdienen nach Auffassung der Redaktion mehr Aufmerksamkeit als ihnen im Rahmen studentischer Prüfungsleistungen normalerweise zukommt und sie können in der Bearbeitung ihrer Themenstellung, in Argumentationsstruktur und Interpretationsleistung als Beispiel und Orientierung für Studierende gelten, die eine schriftliche Prüfungsleistung zu erbringen haben. Aber auch Forschungsbeiträge von Graduierten und Promotionsstudierenden werden in den *SRP* publiziert.

Die Redaktion des VZKF übernimmt keine Gewähr für die Fehlerfreiheit der Texte – der personelle Aufwand für ein professionelles Lektorat wäre zu hoch. Kleinere formale Mängel werden als tolerierbar erachtet, wenn die Arbeiten fachlich bereichernde Einsichten und Ergebnisse bieten.

Für die Inhalte und die Einhaltung des Urheberrechts (dies betrifft insbesondere den korrekten Umgang mit fremdem geistigem Eigentum im Nachweis von Zitaten und Paraphrasen) zeichnen die Autor*innen selbst verantwortlich.

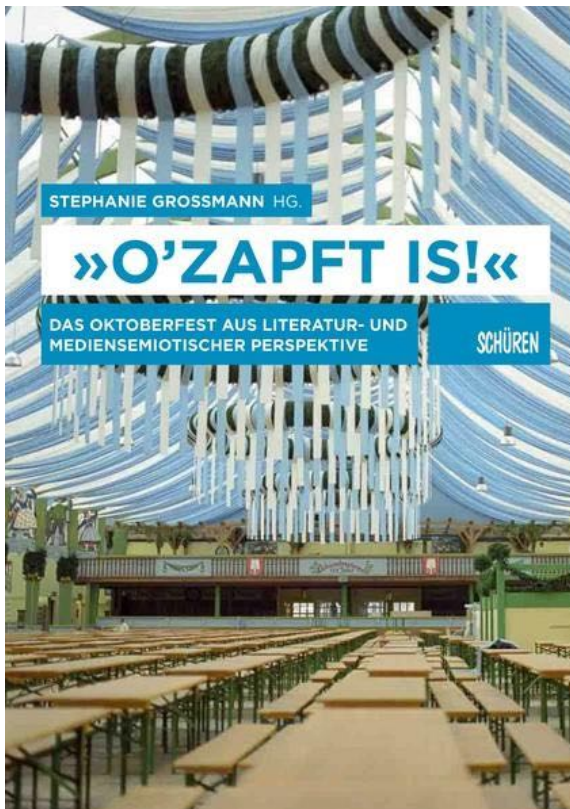
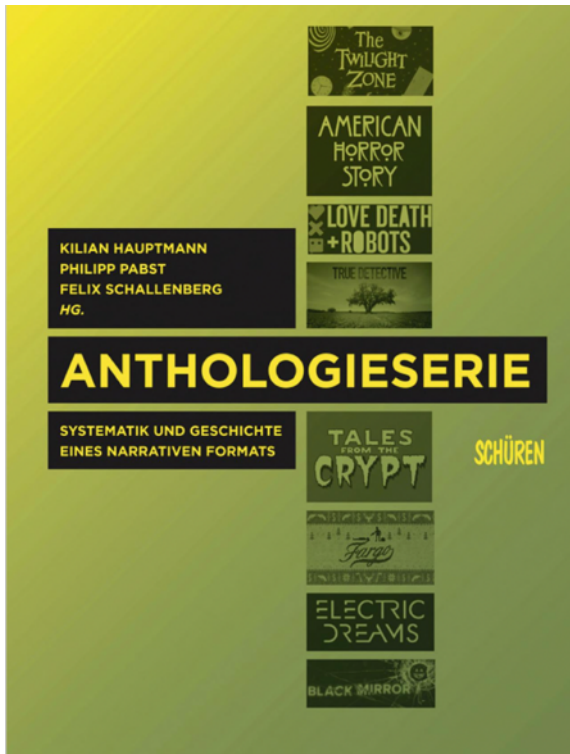
Titelübersicht – Schriften zur Kultur- und Mediensemiotik

Printreihe | Verlag Schüren



SCHÜREN

Neuerscheinungen



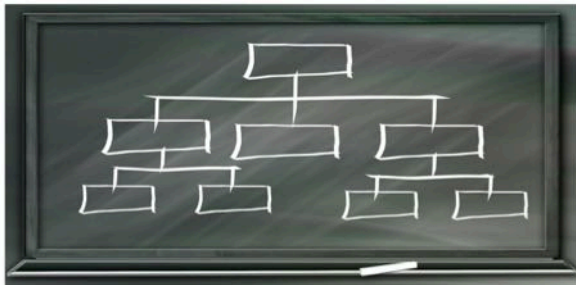


**Schriften zur
Kultur- und Mediensemiotik**
Online | No. 3/2017 – Sonderband

Herausgegeben von Martin Nies

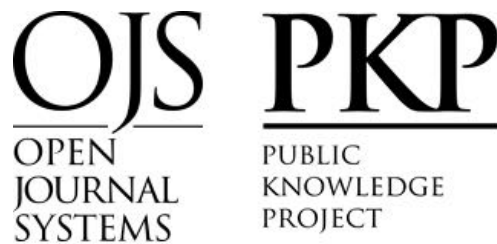
Semiotik und Arbeitswelt

Zeichentheoretisch basierte Praktiken
in Medienproduktion, Kulturvermittlung,
Produktvermarktung und Unternehmensführung





Alle Ausgaben sind im full Open Access auf www.kultursemiotik.com und in Open Journal Systems erhältlich.





Virtuelles Zentrum für kulturelsemiotische Forschung

Student Research Papers | No. 12/2024

Herausgegeben von Martin Nies

Greta Maria Schleeh

Weiblichkeitskonstruktion in Greta Gerwigs **BARBIE**

Ein feministisches Statement im Kontext
kommerzieller Popkultur



