

نگاهی به حواشی پخش جهانی «باربی»

# جنگ عروسکی هالیوود با دنیا



میلاد جلیل زاده خبرنگار گروه فرهنگ

همزمانی اکران باربی و اوپنهایمر که به پدیده «باربنهایمر» معروف شده، در خودش معنای سیاسی خاصی دارد. این انکار یکی از آخرین قدرت‌نمایی‌های رسانه‌ای آمریکا در دنیای مدرن است. آنتادار اقتصاد و تکنولوژی و نظامی گری و بسیاری حوزه‌های دیگر، رقیابی جدی در برابرشان می‌بینند. رقیابی که گاهی مسلم به نظر می‌رسد اگر با همین سیاق پیش بروند، لااقل در یک حوزه خاص اما بسیار مهم تعیین کننده، از آمریکا پیشی خواهند گرفت. چیزی که هنوز هیچ کشوری این پتانسیل را نشان نداده که بتواند آن را از میان داریی‌های فعلی ایالات متحده به چالش بکشد، برتری رسانه‌ای است. روس‌ها سابقه درخشانی در سینما دارند اما وضعیت آموزش‌شان خصوصا در بخش صنعتی و تجاری سینما قابل توجه نیست. چینی‌ها هم با

اینکه رکورد‌های قابل توجهی در صنعت سینما به ثبت رسانده‌اند، همه تمرکزشان روی مخاطب داخلی است. به‌طور مطلق هیچ کدام از فیلم‌های چینی که حتی بعضی‌شان رکورد دار پر فروش‌ترین اثر سال شدند، نتوانسته‌اند در خارج از مرزهای این کشور مخاطب چندانی پیدا کنند. چینی‌ها هنوز به زبان جهانی سینما دست پیدا نکرده‌اند. انیمه‌های ژاپنی و درام‌های کره‌ای البته وضع بهتری دارند اما این دو کشور هم جزء سیستم‌های پیرامونی ایالات متحده تعریف می‌شوند. در وادی خبر هم هنوز جهان تک‌قطبی است و قطب آن آمریکا به حساب می‌آید. این در حالی است که ارزش‌های آمریکایی، خصوصا مواردی که در دو دهه اخیر به‌عنوان ارزش‌های جدید به قاموس اجتماعی این کشور اضافه شده، به‌شدت در ممالک دیگر مورد چالش واقع شده‌اند. کار به جایی رسیده که سیاستمداران کشورهای خارج از بلوک غرب، یاد گرفته‌اند که اگر به هر بهانه‌ای یک اظهار نظر علیه همجنسگرایی انجام بدهند، در بین توده‌های مختلف مناطق گوناگون دنیا هوادارانی پیدا خواهند کرد. در این وضعیت پیچیده، دلبه‌ای قیچی هالیوود به‌هم می‌رسند

و ربان آغاز آخرین مانور بزرگ رسانه‌ای آمریکا را پاره می‌کنند. لبه از این قیچی بمب اتم است و لبه دیگر سبک زندگی آمریکایی. طبق گزارش کنگره آمریکا، سینماگران آمریکایی به‌عنوان سفیران حسن نیت این کشور که نیازی به حمایت مالیات‌دهندگان آمریکایی هم ندارند، با فیلم‌های هالیوود جهان را از سبک زندگی آمریکایی و ارزش‌های آن از نظر سیاسی، فرهنگی و تجاری مطلع می‌کنند و (میزان این تاثیرگذاری) قابل اندازه‌گیری نیست. این یعنی از ابتدا هم سینمای آمریکا یک صنعت استراتژیک و بسیار مهم برای برقرار ماندن هژمونی این کشور بوده و البته حالا اهمیت بیشتر پیدا کرده است. باربی نماد سبک زندگی آمریکایی است اما دیگر نه به سیاق قرن بیستم و سال‌های قبل از ۲۰۰۰ میلادی که گفتمان هالیوود در تیول جمهوری خواهان مذهبی بود. این بار معنای آمریکایی بودن و سبک زندگی آمریکایی هم فرق کرده و بلوک غرب، خودش را در برابر کمونیست‌ها نماد ابرقدرتی خدا باور معرفی نمی‌کند. باربی ۲۰۲۳ از دل چنین وضعی سسر بلند می‌کند و تمام نکات چالش برانگیز را در خودش دارد. از مناقشات مرزی چین با ویتنام و

فیلیپین گرفته تا ستیزه با بنیان‌های خانواده که باعث حساسیت روس‌ها شد و از موارد غیراخلاقی مثل همجنسگرایی گرفته تا ترویج عرف‌شکنی‌های دیگر که باعث ممنوعیت پخش یا بخشنامه‌های ممیزی برای این فیلم در بسیاری از کشورهای اسلامی شد. باربی افتتاحیه بسیار باشکوه و پرسرصدایی داشت و فروش بالایی را در هفته اول کسب کرد. این اما در حالی است که مخارج تبلیغات آن به‌واقع سرسام‌آور و بی سابقه بود و باید سرجمع حساب کرد که سود حاصل از این فروش بالا چقدر خواهد شد. به‌هر حال آنچه می‌دانیم این است که باربی آمریکایی به‌عنوان نماد مصرف‌گرایی و تجمل‌زانه، با باربی فمینیست که می‌خواهد مستقل باشد، دچار تناقض است. این تناقض در فیلم هم به چشم می‌خورد. از طرفی دیگر با فیلمی مواجهیم که به‌طور مطلق سمت هویت جداگانه مردها و زن‌ها می‌رود. مردهایی که هویت وجودی‌شان بدون حضور یک زن در زندگی‌شان تعریف می‌شود و زن‌هایی که نقطه قرینه همین وضع قرار گرفته‌اند. این دستورالعمل جدید مصرف‌در جهان سرمایه‌داری است. حالا که از فوریدسم و اقتصاد کینزی و

امثال این چیزها که مربوط به قرن ۲۰ بود فاصله گرفته‌ایم و چرخه هم‌افزایی تولید و مصرف، موتور اقتصاد را در آمریکا به حرکت در نمی‌آورد، با مدلی مواجهیم که کار حداکثر و مخارج حداقلی را برای شهروندان توصیه می‌کند. در این سیستم، خانواده به‌عنوان وضعیتی که پرخرج است و هزینه‌های جاری افراد را بالای می‌برد، باید حذف شود. همین است که برای مردها و زن‌ها هویت مستقل از همدیگر تعریف می‌شود و حتی همجنسگرایی در حال ترویج است. سرمایه‌داری حالا به توصیه همان دستورالعملی مبتلا شده که با آن کمونیست‌ها را می‌نواخت و نسبت به‌شان هراس ایجاد می‌کرد؛ کار کردن به اندازه توان و مصرف به اندازه نیاز. فیلم اوپنهایمر را که علنا درباره ساخت بمب اتم توسط آمریکا تولید شده، می‌بایست در محالی دیگر بررسی کرد اما شاید نبودن این فیلم را نمادی از باقی‌مانده ارزش‌های جمهوری خواهان در آمریکا دانست و باربی را نماد ارزش‌های دموکرات‌ها. به این فیلم و تمام لایه‌های معنایی زیر سطح آن در کشورهای مختلف دنیا، در بلوک‌های مختلف سیاسی و فرهنگ‌های متفاوت اجتماعی، واکنش‌هایی نشان داده شد.

## بعد از ۱۴ سال

باربی یک فیلم کم‌دی فانتزی آمریکایی، محصول سال ۲۰۲۳ به کارگردانی گرتا گرویک و نویسندگی خود او و نوآ بامایاک است. گرویک و بامایاک زن و شوهر هستند و بامایاک که اخیرا فیلم «داستان ازدواج» از او نامزد بهترین فیلمنامه اسکار شده بود، قبلا برای «ماهی مرکب و نهنگ» در ۲۰۰۵ هم نامزد اسکار بهترین فیلمنامه غیر اکتباسی شده بود. اما گرتا گرویک که غیر از نویسنده، کارگردان این فیلم هم هست، سومین فیلمش را در مقام کارگردان تجربه می‌کند. او در ۲۰۱۹ فیلم «زنان کوچک» را ساخت که کم و بیش جزء آثار شاخص آن سال بود.

فیلم باربی که براساس عروسک‌های مد باربی ساخته شرکت Mattel تولید شده است، اولین فیلم لایو اکشن براساس طراحی شخصیت این عروسک، پس از تعداد زیادی انیمیشن کامپیوتری و فیلم‌های تلویزیونی است. در این فیلم مارگو رابی در نقش باربی و رایان گاسلینگ در نقش کن بازی می‌کنند که به دنبال یک بحران وجودی، با گروهی از بازیگران شامل آمریکا فررا، کیت مک کینون، مایکل سرا، آریانا گرینبلات، ایسا رانه، ریا پرلمن، هلن میرن و ویل فرل، به سفری برای کشف خود می‌روند.

در دستور کار قرار داشتن تولید فیلم باربی، اولین بار در سپتامبر ۲۰۰۹ توسط یونیورسال پیکچرز با تهیه کنندگی لانس مارک اعلام شد. توسعه تولید در آوریل ۲۰۱۴، پس از آن آغاز شد که سونی پیکچرز حقوق فیلم را به دست آورد. پس از چند بار عوض شدن نویسنده و کارگردان و انتخاب بازیگرانی مثل امی شومر و سپس آن هاتاوی در نقش باربی، حقوق پروژه در اکتبر ۲۰۱۸ به برادران وارنر منتقل شد. رابی در سال ۲۰۱۹ انتخاب شد و گرویک به‌عنوان کارگردان و به‌عنوان نویسنده مشترک با بامایاک در سال ۲۰۲۱ معرفی شد. باربی در ۹ ژوئیه ۲۰۲۳ در Shrine Auditorium که یک مکان مهم برای برگزاری رویدادهای سینمایی در لس آنجلس است، به نمایش درآمد و در ۲۱ ژوئیه ۲۰۲۳ توسط برادران وارنر در ایالات متحده اکران شد. اکران همزمان این فیلم با فیلم بحث برانگیز «اوپنهایمر» باعث پدیده آمدن پدیده «باربنهایمر» شد و مخاطبان را به دیدن هر دو فیلم به‌عنوان یک وضع ویژه دوگانه سوق داد. وضعیتی که در یک سوی آن فیلمی با موضوع خالق بمب اتم و در سوی دیگر فیلمی صورتی که نماد سبک زندگی آمریکایی است، به نمایش درمی‌آید. این وضعیت چنانکه مشخص است، خصوصا خارج از آمریکا، هم به لحاظ سیاسی و هم به لحاظ ایدئولوژیک و البته از جهت ارزش‌های اجتماعی، بسیار مناقشه برانگیز است.

## باربی قرن ۲۱

باربی کلیشه‌ای که همان شخصیت اصلی قصه است، به همراه طیف وسیعی از باربی‌ها، همگی در باربی لندن زندگی می‌کنند؛ جامعه‌ای مادرسالار که در آن همه زنان دارای اعتماد به نفس، خودکفایی و موقعیت‌های موفق هستند. در حالی که هم‌تایان مرد آنها با عنوان «کن»، روزهای خود را با فعالیت‌های تفریحی در ساحل می‌گذرانند، باربی‌ها تمام موقعیت‌های شغلی مهم مانند پزشکان شهر، وکلا و جایگاه سیاستمداران را در اختیار دارند. «بیچ کن»، یکی از مردهای این شهر عجیب که دوست باربی اصلی این قصه است، تنها زمانی خوشحال می‌شود که با باربی باشد و به دنبال رابطه نزدیک‌تر است اما باربی بودن با او را به نفع استقلال و دوستی‌های زنانه رد می‌کند. در طول یک میهمانی قصه، باربی ناگهان نگران سلامتی اش می‌شود.

روز بعد، او متوجه می‌شود که دیگر نمی‌تواند روال معمول خود را انجام دهد و متوجه می‌شود که پایش صاف شده و سلولیت دارد. سلولیت یک بیماری است که در زنان عامیانه با نام‌های دیگری از قبیل پوست پرتقالی یا حفره‌های پنیری هم شناخته می‌شود.

یک باربی عجیب که در حقیقت یک طرد شده عاقل اما بد شکل است، به او می‌گوید که برای درمان باید به دنیای واقعی سفر کند و کودکی را پیدا کند که با او بازی می‌کند. باربی در راه خود به دنیای واقعی، کن را می‌بیند که خودش را در اوتومبیل او جاسازی کرده و با اکره به او اجازه می‌دهد که به سفرش بپیوندد. با رسیدن به ساحل ونیز، این زوج باعث ایجاد جنجال‌های متعددی می‌شوند و مدیرعامل مثل‌انگزان می‌کنند که باعث می‌شود دستور دستگیری آنها را بدهد. سپس باربی صاحب خود، دختری به نام ساشا را دنبال می‌کند که از او به دلیل تشویق به استانداردهای زیبایی غیرواقعی انتقاد می‌کند. باربی مضطرب، متوجه می‌شود که ساشا و مادرش گلوریا که کارمند مثل است، کاتالیزور بحران وجودی او هستند. گلوریا بازی با اسباب‌بازی‌های باربی ساشا را درحالی که بحران هویت خودش را تجربه می‌کرد، شروع کرد و ناخواسته نگرانی‌هایش را به باربی منتقل کرد. گلوریا و ساشا، باربی را از دست مدیرعامل مثل و زبردستانش نجات می‌دهند و هر سه با هم به باربی لند سفر می‌کنند.

در همین حین، کن که با محیطی دیگر آشنا شده، از سیستم پدرسالاری یاد می‌کند برای اولین بار احساس مهم بودن و پذیرفته شدن به او دست می‌دهد. با بازگشت به باربی لند، او کن‌های دیگر را متقاعد می‌کند تا مسئولیت‌ها را برعهده بگیرند و باربی‌ها در نقش‌های مطیع مانند خدمتکار، زن خانه‌دار و دوست‌دختر مطیع باشند. باربی از راه می‌رسد و سعی می‌کند کن‌ها را متقاعد کند که به حالت قیل برگردند، اما با مخالفت مواجه می‌شود. او افسرده می‌شود اما گلوریا با سخنرانی درباره مشکلات زن بودن به او الهام می‌بخشد. با تشویق ساشا و گلوریا، باربی عجیب، کن و دیگر باربی‌های متوقف شده، همه باربی‌ها خود را از دست کن‌ها رها می‌کنند. آنها را دستکاری می‌کنند تا بین خودشان بحث‌کنند و همین به باربی‌ها اجازه می‌دهد تا قدرت سیستم‌تیک خود را بازیابند و از تغییر قانون اساسی باربی لند برای تثبیت برتری مردان توسط کن جلوگیری کنند.

باربی و کن از یکدیگر عذرخواهی می‌کنند و به شکست خود اذعان می‌کنند. کن ناله می‌کند که بدون باربی هیچ هویت یا هدفی ندارد و باربی او را تشویق می‌کند تا یک هویت مستقل پیدا کند. باربی که از هدف و هویت خود مطمئن نیست، با روح هندلر، یکی از بنیانگذاران مثل ملاقات می‌کند که توضیح می‌دهد داستان باربی پایان مشخصی ندارد و تاریخ همیشه در حال تحول او، از ریشه‌های او فراتر رفته است. باربی تصمیم می‌گیرد انسان شود و به دنیای واقعی بازگردد. مدتی بعد، گلوریا، همسرش و ساشا، باربی را که اکنون با نام «باربارا هندلر» شناخته می‌شود، به اولین قرار ملاقات با متخصص زنان می‌برند.

## کمپین تبلیغاتی خیلی بزرگ

باربی با یک کمپین بازاریابی گسترده تبلیغ شد. در ماه‌های منتهی به اکران فیلم، شرکت Mattel که تولیدکننده عروسک باربی است، وارد چندین شرکت و همکاری تبلیغاتی با مضمون باربی با برندهای مختلف از جمله Aldo, Bloomingdale's، لوازم آرایشی و بهداشتی Chi، Forever ۲۱، گپ، پیری مارکس، کریمه، فیلیپس، کریپیک، کریپیس، تاپ، اوتتا و ایکس باکس شد. علاوه بر این، استودیو برادران وارنر دیسکاوری، به‌عنوان شرکت مادر، این فیلم را از طریق چیزهایی مثل یک سئری مسابقه و اقامت بازسازی HGTV با عنوان چالش خانه رویایی باربی، در کانال‌های تلویزیونی خود به‌عنوان محصولی مشترک با تلویزیون Mattel، تبلیغ کرد.

اولین تصویر از این فیلم در ارائه‌ای از برادران وارنر در CinemaCon در آوریل ۲۰۲۲ نشان داده شد. CinemaCon رویدادی است که هر سال فعالان صنعت فیلم را گرد هم می‌آورد تا همه چیزهایی را که در مورد فیلم‌ها کنجاولی برانگیز است، در جشن رونمایی شوند و حاضران نگاهی به عناوین آینده شرکت‌هایی مانند دیزنی، سسونی، برادران وارنر و لاینز تک‌تیک داشته باشند. تصویری که در این رویداد در ۲۷ آوریل ۲۰۲۲ برای عموم منتشر شد، مارگروابی را در نقش باربی‌ای نشان داد که پشت فرمان شولرت کوروت صورتی نمادین خود نشسته است؛ این خودرو از سال ۱۹۵۶ نماد این شخصیت بود.

در رویداد CXCX ۲۰۲۲ در سائوپائولو بزرگ‌ترین شهر برزیل، یک غرفه مخصوص به باربی افتتاح شد. اولین تیزر از تریلر این فیلم در طول پیش‌نمایش «اوتار: راه‌آب» در دسامبر ۲۰۲۲ به نمایش درآمد. این تریلر یک تقلید از سکانس آغازین «سپیده‌دم انسان» در فیلم «۲۰۰۱: یک ابدسه فضایی» ساخته استلنی کوریک را به نمایش گذاشت. تیزر تریلر در ۱۶ دسامبر ۲۰۲۲ به همراه یک پوستر نمایشی برای عموم منتشر شد.

در ۴ آوریل ۲۰۲۳، بیست و چهار پوستر شخصیت از چندین باربی و کن در فیلم که هر کدام با توضیحات مختصری برچسب‌گذاری شده بودند، در صفحات رسانه‌های اجتماعی باربی به اشتراک گذاشته شد. دومین تیزر تریلر کمی پس از انتشار پوسترها رونمایی شد. این شامل اجرای آهنگ موج سواری راک ۱۹۶۴ بیچ بویز «Fun, Fun, Fun» بود. واشنگتن پست اشاره کرد که تیزر بصری چشمگیر و چند معنایی این فیلم به‌دلیل طنز، پالت رنگی و جذابیت بین نسلی عروسک باربی، جمعیت‌های متعددی را مجذوب خود کرد. تریلر رسمی این فیلم در ۲۵ می ۲۰۲۳ منتشر شد.

یک شناورزه در رژه افتخار WeHo ۲۰۲۳ با همان وست هالیوود لس آنجلس، برای تبلیغ فیلم به نمایش گذاشته شد. دو تن از بازیگران همجنس‌یاز فیلم، الکساندرا شیپ و اسکات ایوانز، در این رویداد حضور داشتند. پیش از اکران بیلپوردهای صورتی، خالی از تاریخ اکران فیلم در سراسر جهان ظاهر شدند و یک «خانه رویایی باربی» در مالمیو، کالیفرنیا برای اجاره از طریق Airbnb در دسترس قرار گرفت. با توجه به اینکه باربی سابقه‌ای ۷۰ ساله دارد و چند نسل از مخاطبان سراسر دنیا به‌خصوص آمریکایی‌ها با آن آشنا هستند و خاطره دارند و از طرفی با توجه به اینکه فضای این عروسک و داستان‌های حول آن به‌شدت متناسب با فضای بصری

دیجیتال امروز همخوان است و برای قرار گرفتن در این قالب‌ها انعطاف دارد، تبلیغات گسترده‌ای که برای پخش فیلم باربی صورت گرفت نتوانست کنجکاوای طیف‌های مختلفی را برانگیزاند. باربی به‌نمادی از آمریکای جدید هم تبدیل شد و تقریبا تمام‌گول‌های رسانه‌ای این کشور برای تبلیغات آن همکاری کردند. حتی وقتی در گوگل عبارت باربی را جست‌وجو کنید، صفحه‌ای می‌آید که پس زمینه صورتی دارد و فشفشه‌هایی صورتی در آن می‌درخشند.

## باربی پر حاشیه

پخش فیلم باربی در ایالت پنجاب پاکستان ممنوع شد؛ چرا که مقامات محلی به وجود مضامین LGBTQ+ در فیلم پی برده‌اند. البته این ممنوعیت به‌طور موقت وضع شده است. به گزارش دیلی پاکستان، ممنوعیت این فیلم در نه‌بایت پس از حذف «محتوای چالش برانگیز» از فیلم رفع خواهد شد. به این ترتیب مقامات هیات سانسور پنجاب در حال بازبینی فیلم هستند و بعدها یک نسخه بازبینی شده از آن را منتشر خواهند کرد که در تاریخ نامعلومی در سینماهای پاکستان به‌نمایش درخواهد آمد. زیراتکمیل این فرآیند چند روز طول می‌کشد. این اولین بار است که پاکستان در ایجاد ممنوعیت برای فیلم‌هایی با مضامین LGBTQ+ به سایر کشورهای اسلامی می‌پیوندد. پیش از این برخی از سایر کشورهای اسلامی مانند امارات، مصر، قطر و عربستان سعودی پخش فیلم‌هایی با این مضامین را ممنوع کرده بودند. به غیر از کشورهای اسلامی، کشورهایمانند روسیه، ویتنام و فیلیپین هم پخش این فیلم را به دلایلی دیگر ممنوع کرده‌اند. پخش این فیلم در روسیه به‌دلیل آنچه دولت آن را «ترویج نگرش مصرف‌گرایانه در میان کودکان» می‌داند، موقتا ممنوع شد و تصمیم آنی درباره‌اش اعلام نشده است، اما فیلیپین و ویتنام دلایل دیگری برای ممنوعیت نمایش این فیلم در کشورشان دارند. در دریای چین جنوبی خطوطی مرزی هستند که با عنوان «خط ۹ پخش» شناخته می‌شوند. این خطوط در زمان‌های مختلف با نام‌های خط ۱۱ پخش و خط ۱۰ پخش هم شناخته می‌شود و به خط نامشخصی اطلاق می‌شود که جمهوری خلق چین (چین) و چین تایپه یا همان تایوان، برای بیان ادعاهای خود در مورد سهم‌شان از دریای چین جنوبی از آن استفاده می‌کنند. خط ۹ پخش به‌دلیل اختلافات مرزی دریایی بین چین، ویتنام، تایوان، مالزی، برونئی و فیلیپین بحث‌برانگیز است، اما ارتباطش به فیلم باربی آنجاست که یک نقشه در فیلم نمایش داده شد و این خطوط را چنان نمایش داد که خشم ویتنامی‌ها را برانگیخت. مقامات ویتنامی اعلام کردند این فیلم هیچ‌وقت در این کشور نمایش داده نمی‌شود. به‌دنبال آن مقامات فیلیپینی هم همین موضع را گرفتند و گفتند که این نوع ترسیم نقشه در فیلم باربی، حاکمیت ملی آنها را تحقیر کرده است. همه این جنجال‌ها صرفا با تماشای تریلر فیلم ایجاد شد؛ جایی که باربی قصد دارد به دنیای واقعی سفر کند و نقشه جهان را می‌بیند. البته حزب کمونیست چین از این نقشه حمایت می‌کند و ظاهرا دلیل چنین ترسیمی، جلب رضایت چینی‌ها برای نمایش باربی در این کشور بوده است. خود چین با فیلیپین و ویتنام روابط خوبی دارند، اما آمریکایی‌ها بلد نبودند در این میانه خوب بازی کنند و رضایت طرف‌های مختلف را نگه دارند.

