



سینمای دفاع مقدس

ژورنال علمی-ادبی و مطالعات فرهنگی

فصل پائیز یادآور حماسه دفاع مقدس است زیرا در آن هم سالگرد آغاز جنگ تحمیلی است و هم سالگرد صدور فرمان تاریخی امام خمینی (ره) مبنی بر تشکیل بسیج بیست میلیونی. ما نیز هر ساله بخشی از شماره پائیزی مان را به سینمای دفاع مقدس اختصاص می‌دهیم. اما این بار نیز برای پرهیز از حرف‌های گذشته مان در این شماره یک مقاله کوتاه تحت عنوان «مروری بر سینمای دفاع مقدس» دو گفت‌وگو با کسانی که به نحو مؤثری بر تولید فیلم‌های جنگی نقش دارند (رئیس انجمن سینمای انقلاب و دفاع مقدس و مدیر شهرک سینمایی دفاع مقدس) و یک فیلمنامه منتشر نشده تحت عنوان «ماه و مین» از شاعر توانا و معاصر «علی رضا قزوه» که دستی نیز در فیلمنامه نویسی دارد، ارائه کردیم.

نه اینها راست می گویند نه آنها

حقیقتاً سینمایی که از یک سو تداعی کننده بخشی از تاریخ ملی و حماسی یک ملت باشد و از سوی دیگر تنها «شبه ژانر» سینمای آن کشور به حساب آید نایستی روبه زوال و خاموشی نهد. اما با این وصف ارتقاء سطح کمی و به تعبیر روشن تر بالا بردن آمار تولید فیلم های دفاع مقدس بی آن که کیفیت و گیرایی این آثار در اندیشه سینماگران لحاظ شود، سیاستی عبث و غلط خواهد بود. به اعتباری فراموشی تاریخ برای هر ملتی ننگ غیرقابل بخشش است و به اعتبار دیگر بازگویی مکرر و عاری از خلاقیت همان تاریخ صرفاً روی گردانی بی بازگشت آن ملت را در پی خواهد داشت.

هر پدیده ای - خواه زیبا و خواه بدطینت - در سایه شعار و زیاده گویی رنگ می بازد و لاجرم تأثیرگذاری معکوس و منفی را بر ذهن جست و جوگرانش در بر خواهد داشت. در واقع دوران ۸ ساله دفاع مقدس و حماسه آفرینی های شکوه مند جوانان ایرانی چیزی نیست که به سادگی از یادها دور بماند. و این که عده ای دوربین و قلم به دست گرفته اند و لحظه های جنگ را بر روی نوارهای سلولوئید ثبت می کنند بیش تر به جهت اطمینان از انتقال مفاهیم ارزشی آن دوران است. تا این جای کار همه چیز درست و منطقی است. اما آیا سینمای بحران زده ما که هنوز هم با مسئله بازگشت سرمایه دست و پنجه نرم می کند توان این را خواهد داشت که وام دار آثار بعضاً کم مخاطب سینمای دفاع مقدس باشد؟ واقعیت این است که آدم هایی که در حوزه تولید و یا سایر بخش های سینمای دفاع مقدس فعالیت می کنند عمدتاً افرادی هستند که از دل جنگ و تیر و ترکش و خاکریز و خمپاره بیرون آمده اند. خب طبعاً قرار گرفتن انسان در بستر و بطن یک رخداد بزرگ همچون جنگ و به تماشا نشستن در خون غلتیدن دوستان و عزیزانش در یک کلام تحمل آن همه درد و مشقت، بیشتر از هر چیز دیگری قوه احساس او را برمی انگیزد. و انتقال بصری این احساس آن هم در رسانه فراگیری همچون سینما کار آسانی نیست. چه بسا که اندکی لغزش و غفلت و رویکرد بیانی شعارگونه تبعات منفی را در برداشته باشد. ببینید حقیقتاً ما در عصری زندگی می کنیم که چه بخواهیم و چه نخواهیم چربش و تسلط بی چون و چرای ابر کامپیوترها و ماهواره ها را شاهد هستیم و این اهمیت مسائل بالا را صدچندان می کند. ما ناچاریم برای

علی عبدالله زاده



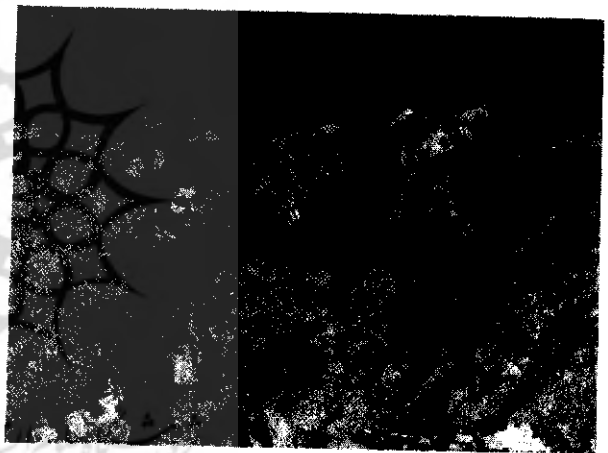
سفر به جزابه

حفظ ارزش هایمان، جوان امروز ایران زمین را از آهن ربای غول پیکری چون آنتن ماهواره جدا کنیم و در سالن سینما به تماشای فیلم جنگی و یا دفاع مقدس بنشانیم. این جاست که دیگر آن احساسات گرایبی صرف به کار ما نخواهد آمد. و تلفیق الزامی منطقی و عقل با تعاملات احساسی به حق یاد شده ساده ترین راه حلی است که برای رفع معضلات موجود به کار خواهد آمد. اما این عقل و منطقی که از آن نام بردیم چگونه به دست می آید؟ ببینید واقعیت این است که جنگ فی نفسه چیز خوبی نیست. تقبیح شده هم هست. جنگ نوع بشر را در معرض خطر نابودی قرار می دهد و در پازل ذهن آدمی تصویری از ویرانی و تخریب برجای می گذارد. جنگ تحمیلی ما هم به زعم تفاوت های باطنی و معنوی که با سایر جنگ ها داشت، فی نفسه یک جنگ بود. پس ببینید برای فردی که بیرون از خاکریز در منزل مسکونی خود نشسته و ریزش آوار سنگین را بر سر و روی عزیزترین کسان خود دیده، جنگ پدیده مثبتی نیست. این جاست که دشواری کار هنرمند جنگی ساز مشخص می شود. او می باید این هاله موجود را که اتفاقاً در میان عوام، مشمولیت زیادی را هم دارد از بین ببرد، به گونه ای که مخاطب خود را به دیدگاه های فرامتنی مسأله نزدیک کند. تجربه بیش از یک دهه فیلم سازی و تولید در عرصه دفاع مقدس نشان داد که تزریق انکار پیامد خوبی ندارد. دغدغه ذهنی و شخصی من نوعی حال در هر مسأله ای که می خواهد باشد تنها در صورتی به دغدغه ای فراگیر و همه گیر تبدیل می شود که یک زبان مشترک برای آن بیابم. به نحوی که نوع روایت اول شخص و یا دانای کل تنها زبان انتخابی نباشد. فکر می کنید چرا آژانس شیشه ای و لیلی با من است به آن ارتباط جالب با مخاطبان نشان. از طیف های مختلف جامعه بویژه جوانان. دست می یابند؟ تفاوت اساسی دو فیلم یاد شده و در واقع رمز موفقیتشان در این است که هیچ گاه به شعار متوسل نمی شوند. از طرفی این شانس بزرگ را هم به مخاطب می دهند که از زاویه دید خود به قضایای جنگ بنگرد. این نیست که دیدگاه های یک سویه فیلم ساز در مصدر اهمیت قرار گیرد. و لذا شخصیت صادق مشکینی در لیلی با من است شخصیتی می شود دست یافتنی و زنده که ما به ازای احتمالی هم در جامعه امروز ایرانی داراست. یعنی ممکن است من نوعی این تصور را بکنم که روزی به جای صادق مشکینی قرار بگیرم. ضمن این که علاوه بر وجوه طنزگونه فیلم و نگه داشتن مخاطب، کمال

تبریزی با آن پایان بندی متحولانه شخصیت صادق مشکینی به گونه ای خلاق یک نتیجه گیری اخلاقی غیرشعاری هم از قصه برای مخاطبانش، کنار می گذارد. در مورد آژانس شیشه ای هم که البته کمی امروزی تر از لیلی با من است می باشد این خلاقیت مصداق عینی تر می یابد. آدم های درون آژانس که از طیف های مختلف اجتماع گزینش شده اند به راحتی آب خوردن این اجازه را از فیلم ساز می گیرند تا هرچه دلشان می خواهد بگویند. تماشای فیلمی که روی صندلی سینما نشسته ممکن است یکی از همین تفکرات را داشته باشد. از این سبب کنجکاو می شود تا بدانند موضع دیگر فیلم یعنی حاج کاظم و عباس چه می گویند؟ این کنجکاوای او را بدون این که خود متوجه باشد تا به پایان ماجرا همراه می کند. و وقتی که او را حاج و واج و مات و مبهوت در پایان فیلم می بینیم مطمئن خواهیم شد که حاتمی کیا لااقل یک سؤال را در ذهن او ایجاد کرده: یعنی ممکن است که تصور من از حاج کاظم غلط بوده باشد؟ یقین بدانید که این سؤال ذهن او را تا مدت ها در انحصار خواهد داشت و این خاصیت سینمای نابی است که متأسفانه تنها یکی دو نفر به ارزش آن وقوف یافته اند.

عده ای از دوستان می گویند که اساساً لزومی در وجود تشکیلات مستقل و پر هزینه ای همچون انجمن سینمایی دفاع مقدس آن هم در مقطع فعلی نیست. ادله گفتار خود را هم بر این پایه نهاده اند که فیلم های دفاع مقدس که عمدتاً هم به درجه ای بالاتر از درجه «ج» نائل نمی شوند و از حیث گیشه هم در رده کم فروش های تولیدات سالیانه قرار می گیرند، اصلاً نیایستی ساخته شوند. برخلاف نظریات بالا، نظریه های دیگری هم هست که معتقدند سینمای دفاع مقدس می باید با همین سرعت و حتی بدون کاهش در تعداد تولید سالیانه به راه خود ادامه دهد. اما واقعیت این است که نه اینها راست می گویند و نه آنها اشتباه گروه اول در این جاست که وجود آثار درخشان و پرمخاطب شبه ژانر دفاع مقدس ما را نادیده می گیرند. آثاری چون آژانس شیشه ای و لیلی با من است و یا حتی دیگر آثار حاتمی کیا که از بعد فروش در استانداردهای قابل قبول قرار می گیرند. از طرفی در لزوم ساخت کم تعداد و کیفی آثار این گونه سینمایی تردیدی نیست. ما چه بخواهیم و چه نخواهیم زندگی فردی و اجتماعی امان با تبعات جنگ پیوند خورده. فرزندان شهدا به

سنین نوجوانی و جوانی رسیده اند و این دور از انصاف است که ما پدرانشان را فراموش کنیم. اما کیفیت این قضیه خیلی مهم است. حتی سالی یک یا نهایتاً دو فیلم پر مخاطب همچون آژانس شیشه ای ساخته شوند کفایت می کند. دیگر لازم نیست که با انبوهی از آثار ضعیف و بی بنیه و «جیمی» مواجه باشیم. دیگر لازم نیست که به ملاقلی پور تکلیف شود فقط فیلم جنگی بسازد و از این گونه حرف ها. گروه دیگر هم سخت در اشتباهند. چرا که در این صورت سوژه ناب و پرمایه ای چون طوفان شن با



سجاده آتش

ساخت و سازی اهمال کارانه زایل نمی شد. آئینه تمام نمای فیلم های دفاع مقدس، پرده های سینماها هستند و مخاطبان جوان. بروید برسید که به غیر از آژانس شیشه ای و لیلی با من است کدام جوان از فیلم دیگر دفاع مقدس نام می برد؟ شاهد بالاتر از این دیگر چه چیز می تواند باشد؟ اینها اغراق نیستند. اینها خواسته های معقول به حق جوانان ایرانی از هنرمند دفاع مقدس ساز هستند. حاتمی کیا توانست جوانان را از پای ماهواره ها به تماشای آژانس کاکتوس ببرد. پس خواستن، توانستن است. اما این امر مستلزم این است که تعارف با خود نداشته باشیم. اگر فیلمان تأثیرگذار نیست گوی و میدان را به دیگران بسپاریم، تا شرمنده نباشیم. آیه هم که نازل نشده تا در سال بیست فیلم جنگی ساخته شود. پس بگذاریم آنها که کار بلد هستند، کار کنند.

بی تعارف بگویم. ما صنعت سینما نداریم. تکنیک و ساختار را نمی دانیم. ما که هنوز نمی دانیم ماکت یک هلی کوپتر را چگونه منفجر کنیم تا تماشاگر عادی سینما هم متوجه نشود؟ باید به فکر راه حل های مناسب تری برای جذب مخاطب باشیم. یک راه این است که سرمایه های ساخت چند فیلم را معطوف ساخت یک فیلم جنگی کنیم. حداقل به یک بار آزمایش می ارزد. آن گاه اگر در کنار فیلمنامه منسجم توانستیم با صرف هزینه های متمرکز شده یک فیلم مهیج و تأثیرگذار و واقع گرا بسازیم مطمئن خواهیم بود که بازگشت سرمایه هم دغدغه آزردهنده ای نیست. راه حل دیگر این است که چند تن از متخصصان جلوه های ویژه فیلم های جنگی را برای اندک مدتی به هالیوود بفرستیم تا از نزدیک با شیوه های اجرایی این حرفه در آن دیار آشنا شوند. این کار باعث می شود تا لااقل از این حیث از خنده های معنی دار مخاطبانمان رهایی یابیم. راه حل دیگر این است که از کلیشه های سینمای دفاع مقدس پرهیز کنیم. کلیشه های بازیگر، کلیشه های کارگردانی، کلیشه های موسیقی و مهم تر از همه کلیشه های شعاری و سطحی محتوایی فیلمنامه ای. این کار را احمد رضا درویش به نوعی با به کارگیری شکیبایی در دو فیلم کیمیا و سرزمین خورشید انجام داد و یا بهره گیری از بیتا فرهی و سعید پورصمیمی که اتفاقاً بسیار هم موفق نشان داد.

* * *

با وجود لزوم بازنگری در تمامی راه حل های یاد شده یک راه حل اساسی هست که مدیرعامل انجمن سینمایی دفاع مقدس بدان اشاره نمود. مقابله شدید با «ج» سازانی که اگر از سوی تشکیلات انجمن به مرحله عمل درآید قطعاً از انبوه سازی بی رویه این گونه آثار، رهایی خواهیم یافت. آرزو می کنیم تا حتی اگر چند سال یک بار قرار است فیلمی با مضمون دفاع مقدس ساخته شود فیلمی خوش فرم، غنی و به یادماندنی باشد. این انتظار مطمئناً شیرین تر از رخوت ناشی از دیدن فیلم های پر تعداد و ضعیف این ژانر خواهد بود. □