جمال شورجه (فیلمساز) | ابوالقاسم طالبی (فیلمساز) | محمد کاسبی (بازیگر) | رسول ملاقلی‌پور (فیلمساز) | شهریار بحرانی (فیلمساز) | داریوش ارجمند (بازیگر) | داود میرباقری (فیلمساز) | مرتضی شعبانی (مستندساز) | پروانه معصومی (بازیگر) | مهدی فقیه (بازیگر) | ابراهیم حاتمی‌کیا (فیلمساز) | فرج‌الله سلحشور (فیلمساز) | هادی محمدیان (پویانما) | مجید مجیدی (فیلمساز) | شهید آوینی (فیلمساز) | نادر طالب‌زاده (کارگردان)

گفت‌وگو با «داوود صبوری» تهیه‌کننده فیلم «اتاقک گلی»

قالیچه‌ای تمام‌نما از نقشه ایران که تارهای آن را شهدای یک اتاق بافتند

آرش فهیم

ماجـــرای تولید فیلم «اتاقک گلی» از کجا شروع شد؟

طرح اصلی این فیلم، براســاس تجربه خود من از حضور در عملیات مرصاد شکل گرفت. یعنی من خودم در جریان اتفاقاتی که در فیلم می‌بینید حضور داشتم و در همان عملیات هم مجروح شدم. سال ۹۰ موضوع این فیلم را با جمال شــورجه مطرح کردم، ایشان هم تمایل داشت که این فیلم را با هم بسازیم، اما آقای شــورجه درگیر سریال حضرت موسی(ع) شدند... تا ســال ۱۴۰۰ یعنی ۱۰ سال بعد که من دوباره موضوع را به جمال شــورجه یادآوری کردم و با وجودی که حالش خوب نبود(به خاطر ســکته مغزی) اما روی طرح کار کردیم. خوشــبختانه بنیاد حفظ آثار و بنیاد شــهید هم برای ساخته شدن این فیلم اعلام حمایت کردند و بنیاد روایت فتح و شهرک سینمایی دفاع مقدس هم همراه شدند و خیلی به ما کمک کردند و به این ترتیب، با دل‌هایمان جلو رفتیم.

آیا دسته‌ای که در فیلم می‌بینیم هم واقعی است؟

با توجه به اینکه گردان‌های حمزه، مســلم ابن عقیل و مقداد از لشــکر ۲۷ درگیر عملیات مرصاد بودند، ترکیبی از شــهدای این سه گردان را درقالب یک دســته در فیلم آوردیم. (البته نیروهای زرهی و اطلاعات عملیات لشــکر ۲۷ هم در عملیات نقش داشــتند) درواقع تلاش کردیم از این طریق به آن شهدا ادای دین کنیم. برخی از افرادی که آنجا شهید شدند را هم در فیلم آورده‌ایم؛ مثل غلامعلی رجبی، برادران شهید مظفر و... بعد هم فیلمنامه به قلم پدرام کریمی نوشته شد.

بــا توجه به اینکه موضــوع و قصه فیلم، برآمده از تجربه شخصی خودتان بود، چگونه با نویسنده فیلمنامه تعامل کردید و فیلمنامه نوشته شد؟

پــدرام کریمی آن‌قدر همراه بــود و تحت تاثیر داســتان قرار گرفته بود که انگار خودش آن فضا را از نزدیک دیده بود! مثلا یکی از ســکانس‌های فیلم، ماجرای وقتی است که ما مردم را پشتمان قرار داده بودیم و داشــتیم جلو می‌رفتیم، پدرام برای طراحی این صحنه گفت بهتر است به‌جای پشت قرار گرفتن، حلقه بزنند، مثل کربلا!

ابتــدا قرار بــود با آقای شــورجه که پیشکسوت و باتجربه است فیلم را بسازید که به دلیل کســالت امکان این کار نشــد، به‌جای شــورجه با محمد عسگری که اولین فیلمش بود کار کردید آیا دغدغه کار با یک فیلمساز با اولین تجربه کارگردانی سینمایی را نداشتید؟

راستش را بخواهید هرکس به من رسید، من را از این کار نهی کرد! اما من گفتم آقای عسگری قبلا بــه اندازه کافی در کنار مجید مجیدی و ســیدرضا میرکریمی تجربه کســب کرده است و دارای انگیزه اســت. حتی سازمان سینمایی هم قبل از شروع کار از من پرسیدند که از کار با یک کارگردان فیلم‌اولی اطمینان داری، که من گفتم مطمئن هستم و پشت کارگردان فیلم ایستادم. البته مجید مجیدی هم به عنوان مشاور کارگردان حضور یافت و میرکریمی هم چند روزی حاضر شد و کمک کرد.

برای اینکه فضــای واقعی آن میدان نبرد شکل بگیرد از چه تمهیداتی استفاده شد؟

بازیگران ما تلاش کردند تا به شــکل واقعی آن فضای معنوی را درک کنند. مثلا یادم هست، بازیگران سه برادر شهیدی که در فیلم می‌بینید، یک ساعت قبل از آنکه جلــوی دوربین بروند، یک عکس، یک صوت، یک پیام فرزند شهید را گوش کردند. بازیگر نقش شهید غلامعلی رجبی قبل از آنکه جلوی دوربین برود با دختر شهید به صورت تلفنی صحبت کرد. من خودم از مادر شــهیدان مظفر خواستم که تکه‌ای از چــادرش را قیچی کند و بدهد و بازیگران نقش این ســه برادر شهید، قبل از اینکه جلوی دوربین بروند این پارچه را بوســیدند وگریه کردند؛ اصلا خود این ماجرا یک فیلم است! به همین دلیل هم من معتقدم که این فیلم، واقعا براساس نگاه خاص شهدا ساخته شده است.

در نشست خبری فیلم در جشنواره فجر گفته بودید که شــب قبــل از نمایش فیلم، نتوانسته بودید بخوابید و نگران بودید...

چون قرار بود خانواده شهدایی که در فیلم به آنها پرداخته بودیم بیایند و فیلم را در جشنواره ببینند. نگــران واکنش آنها بودم. مثلا نکند بگویند چرا پدر ما را به این شکل تصویر کردید یا چرا این چهره اصلا شبیه پدر ما نیست و... اما خدا را شکر، واکنش‌ها بسیار مثبت بود. دختر نفر آخری که در فیلم به شــهادت می‌رسد(شــهید رضا اکبری) و امروز پزشــک است آن‌قدر تشکر کرد که خستگی‌مان در رفت.

با توجه بــه اینکه «اتاقک گلی» یک فیلم بیگ‌پروداکشن در حوزه جنگی حساب می‌شود، چه چالش‌هایی را در تولید پشت سر گذاشتید؟

ما دو چالش داشتیم؛ اول اینکه ادوات و تجهیزات نظامی به کار رفته در عملیات مرصاد منحصر به خود منافقین بود؛ یعنی باتانک‌هایی با چرخ لاســتیکی حمله کردند که سفارش داده بودند در برزیل ساخته بودند. ما باید چنین‌تانک‌هایی را پیدا می‌کردیم، چون در غیر این صورت برای مخاطب سؤال پیش می‌آمد که منافقین چطور باتانک شــنی ظرف ۱۲ ساعت به باختران رســیده بودند؟ با این وضعیتی که یک کلاشینکف هم بخواهید استفاده کنید، آن‌قدر شما را می‌چرخانند که از خواسته خودتان پشیمان بشوید، من بایدتانک‌های ویژه منافقین را پیدا می‌کردم! خدا آقای پاکپور (فرمانده کل سپاه و فرمانده وقت نیروی زمینی سپاه در زمان تولید این فیلم) را خیرش بدهد، واقعا محبت کرد دستور داد تا کمکمان کنند و من رفتم شــیراز و از آنجا ۲۰تانک بردم. وقتی باتانک‌ها به سمت کرمانشاه می‌رفتیم، عده‌ای فکر کردند که جنگ شــده! من یک ماه درگیــر این‌تانک‌ها بودم! منظورم این اســت که تجهیزات خاص منافقین را باید پیدا می‌کردم که واقعا کار ســختی بود. علاوه‌بر تانک، بی‌سیم‌ها و جیپ‌هایی هم که آنها در مرصاد استفاده کردند ویژه خودشان بود. به همین دلیل ما مجبور شدیم در صحنه‌هایی که جیپ حضور دارد، از قاب بسته استفاده کنیم که تفاوت آشکار نشود.

چالش دوم، همزمان شــدن بخشی از تولید این فیلم با اغتشاشات ســال ۱۴۰۱ بود. یعنی دقیقاً ما یــک روز در جوانرود فیلمبرداری کردیم، شــب به هتل برگشتیم، صبح روز بعد که دوباره می‌خواستیم به جوانرود برویم و ادامه کار را انجام دهیم، راه بسته شــده بود؛ طوری که من سر این اغتشاشات ۴۰ روز بین جوانرود و تهــران در رفت و آمد بودم. علاوه‌بر این، در آن ایام اغلب حمل اســلحه و ماشین نظامی ممنوع شده بود. با توجه به اینکه پدرم با وانت میوه می‌فروخت، از تجربه‌ام اســتفاده کردم و اسلحه‌ها را زیر میوه‌ها مخفی می‌کردم و سر صحنه فیلمبرداری می‌بردم! به خاطر تحمل این شــرایط سخت، دست تمام ارکان فیلم را می‌بوسم که پای این فیلم ایستادند! هرکس دیگری بود جان خودش را برمی‌داشت و به تهران برمی‌گشت، اما تمام عوامل فیلم «اتاقک گلی» به خاطر شهدا پای کار این فیلم ایستادند!

وضعیــت اکران چطور اســت؟ از اکران و تبلیغات فیلم راضی هستید؟

تلویزیــون بــرای پخش تبلیغــات و همچنین شــهرداری تهران برای تبلیغات محیطی خیلی با ما همکاری کردند که جا دارد از هر دو تشــکر کنم. اما اکران فیلم با ایام اربعین و ۲۸ صفر همزمان شد. چون بخش عمده مخاطب هدف ما این ایام به کربلا رفته بودند. مثلا برای اکران‌های ویژه وقتی خانواده شهدا را دعوت می‌کردیم، خیلی‌هایشان به زیارت رفته بودند. از طرفی هم مناسبت اربعین آن‌قدر بزرگ است که به طور طبیعی همه ظرفیت تبلیغات محیطی به این مناسبت عزیز اختصاص یافت. اما بعد از عبور از آن ایام، تبلیغات محیطی ما مجددا برگشت. تصورم این است که با پشت سر گذاشتن این مناسبت‌ها اتفاقات بهتری برای فیلم بیفتد.

اگر بخواهید «اتاقک گلی» را در یک عبارت تعریف کنید، چه می‌گویید؟

یک قالیچه تمام نما از نقشــه ایران که تک‌تک تارهای آن را شهدای داخل اتاقک گلی بافته‌اند.

در پایان اگر سخنی باقی مانده بفرمایید!

خواهشــم از همه کســانی که ایــن مطلب را می‌خوانند این است که به احترام شهدای اتاق گلی، در سینما یک سر به آنها بزنند!

زنگ مجازی- جنگ ترکیبی

برجسته‌سازی و اولویت‌بندی رسانه‌ای در جنــگ ۱۲روزه

عزیزالله محمدی (امتدادجو)

عملکرد رســانه‌های غربی و جهان ســلطه در جنگ ۱۲روزه ایران و اســرائیل و مجموعه اقدامات رسانه‌های معاند فارسی‌زبان، حکایت از نوعی طراحی و سناریوهای داستانی داشت که جملگی در ایجاد روایت و گفتمان‌ســازی این ســناریوهای مشابه به هم و با تقسیم وظایف و یا با ویژگی‌های اختصاصی خود مقابل دوربین‌ها قرار می‌گرفتند و در فضای مجازی نیز فعالیت داشتند.

این فعالیت‌ها با اندک تفاوت‌هایی خاص نســبت به هم، از جمله داشتن نگاه «جهانی‌سازی و نگاه به جامعه داخلی ایران» با استفاده از ابزارهای تکنیکی و تاکتیکی و روانی در قالب خبر و یا گزارش و تحلیل ارائه می‌شد؛ اما با کمی دقت دقیقا می‌شد وجه نمایشی و تصنعی و برساختگی آنها را آنچنان دید که گویی در یک سالن سینما و یا در یک سالن نمایش نشسته‌ای.

اســاس شــکل‌گیری این نوع فعالیت رســانه‌ای که باید ذات آن تولید خبر و یا گزارش و تحلیل و تفســیر باشــد نه‌تنها بر مبنای اصول اخلاقی و حرفه‌ای بالاخص در شبکه‌های فارسی‌زبان نبود؛ بلکه متکی به تئوری‌های خاص از جمله تئوری‌های روانشناســی، جامعه‌شناسی، فرهنگی و حتی هنری و بالاخص هنرهای نمایشی بود که در هفته گذشته به نمونه‌ای از آن در قالب پرداختن به نظریه نمایشی و کادرســازی گافمن تحت عنوان «دراماتیزه‌شدن سناریوی جنگ در رسانه‌ها» پرداختیم و وعده شد این مطلب و موضوع را با بررسی سایر نظریه‌های که رسانه‌های معاند به کار گرفتند به پیش ببریم.

در نظریــه دســتورکارگذاری و برجسته‌ســازی (Agenda-Setting Theory) کــه توســط مک کومبز (Maxwell McCombs) و شاو (Donald Shaw) مطرح شده، رسانه‌های جمعی نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی به اولویت‌های ذهنی افکار عمومی دارند. این نظریه تأکید می‌کند که رسانه‌ها اگرچه لزوماً تعیین نمی‌کنند مردم «چگونه» فکر کنند، اما به طور قابل‌توجهی تعیین می‌کنند که مردم «به چه چیزی» فکر کنند.

بر همین مبنا از لحظه اول شــروع جنگ ۱۲روزه ملاحظه کردیم که ســناریوهای جهان سلطه و شــبکه‌های فارسی‌زبان معاند چگونه با تعیین زاویه خبر که گویی در یک «میزانسن» نمایشی و یا در «دکوپاژ» سینمایی صورت گرفته است تلاش داشتند تا مردم ایران را در داخل به تهییج و واکنش وادار نمایند و در افکار عمومی جهانی نیز کوشش می‌شد تا کار جمهوری اسلامی ایران را تمام شده قلمداد کنند و این دقیقا دو موضوعی بود که براساس نظریه «برجسته‌سازی» در دستورکار این رسانه‌ها قرار داشت.

نظریه برجسته‌ســازی (Agenda-Setting Theory) که در اوایل دهه ۱۹۷۰ توسط مک کومبز و شاو ارائه شد، یکی از نظریه‌های بنیادی در حوزه ارتباطات جمعی است. این نظریه ادعا می‌کند که رسانه‌ها از طریق انتخاب اولویت‌بندی و تکرار اخبار خاص، می‌توانند بر اهمیت موضوعات در اذهان عمومی تأثیر بگذارند. به عبارت دیگر، رسانه‌ها تعیین می‌کنند که چه موضوعاتی در کانون توجه جامعه قرار گیرد. پیشینه تاریخی و خاستگاه نظریه مک کومبز و شاو اولین مطالعه سیستماتیک آنها هست که آن را در جریان مبارزات انتخابات ریاســت جمهوری آمریکا در ســال ۱۹۶۸ انجام دادند. آنها با تحلیل محتوای مطبوعات و نظرسنجی از رأی‌دهندگان، به این نتیجه رسیدند که اولویت‌های موضوعی مطبوعات به طور قابل‌توجهی با اولویت‌های موضوعی رأی‌دهندگان همخوانی دارد. اگرچه پیش از آنها، پژوهشگرانی مانند والتر لیپمن (Walter Lippmann) به نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به تصاویر ذهنی افراد اشاره کرده بودند.

در نظریه برجسته‌سازی مفاهیم خاص و کلیدی به‌کار گرفته می‌شود که در تعیین صورت نهائی و نمایشی سناریو رسانه‌ای بسیار مؤثر هستند؛ مفاهیمی مثل: **۱- تعیین دستورکار** (Agenda Setting): رسانه‌ها با پوشش خبری گسترده روی موضوعات خاص، آنها را در کانون توجه عمومی قرار می‌دهند

۲- اولویت‌های رسانه‌ای در مقابل اولویت‌های عمومی: رسانه‌ها اولویت‌های خود را به عموم تحمیل نمی‌کنند، بلکه بر اولویت‌های ذهنی مردم تأثیر می‌گذارند.

۳- تفاوت با تبلیغات و اقناع: برجسته‌ســازی بیشــتر بر تغییرات شناختی (اطلاعاتی) تأثیر می‌گذارد تا تغییرات نگرشی یا رفتاری به وجود می‌آید.

به‌کارگیری این نظریه و مفاهیم تحت عنوان برجسته‌سازی و دستورکارگذاری در فرآیندی خاص به نام «برجسته‌ســازی» انجام می‌پذیرد که صاحب‌نظران رسانه‌ای این فرآیند را در چند مرحله بازگو می‌کنند که جمیع این مراحل را می‌توانیم در ســناریوهای خبری رسانه‌های نظام سلطه و شبکه‌های فارسی‌زبان معاند از جمله شبکه صهیونیستی اینترنشنال ببینیم.

۱- اهمیت‌دهی به رویدادها: رسانه‌ها برخی رویدادها را پراهمیت جلوه می‌دهند ۲- پوشش متفاوت موضوعات: موضوعات مختلف به میزان و نوع پوشش خبری متفاوتی نیاز دارند ۳- قالب‌دار کردن رویدادها: رویدادها باید در قالب‌های قابل درک ارائه شــوند ۴- تأثیر زبان رســانه: زبان مورد استفاده می‌تواند بر درک اهمیت موضوع تأثیر بگذارد۵- اتصال به نمادهای ثانویه: رســانه‌ها رویدادها را به نمادهای ثانویه (مثل ارزش‌های اجتماعی) پیوند می‌زنند ۶- شــتاب‌دهی توسط افراد معتبر: وقتی افراد معتبر درباره موضوعی صحبت می‌کنند، فرآیند برجسته‌سازی شتاب می‌گیرد. در مسیر به نتیجه‌رسیدن این فرآیند مجموعه‌ای از عوامل نیز قرار دارند که هر کدام به طور مجزا اما در ارتباط طولی با هم نقش مؤثری را ایفــا می‌کنند تا آن تصویر نهائــی که باید روی مخاطب تاثیر بگذارد بر روی قاب تلویزیون و یا صفحه مجازی نقش ببندد؛ عواملی که از حدود سه دهه پیش توسط صاحب‌نظران به پنج گروه و دسته تقسیم شدند. ۱- دسته اول فردی: ویژگی‌های شخصی کارکنان رسانه‌ها ۲- رویه‌های رسانه‌ای: شیوه‌های تولید و پخش محتوا ۳- سازمانی: اهداف و ساختار سازمان‌های رسانه‌ای ۴- فراسازمانی: فشار گروه‌های خارج از رسانه مانند گروه‌های ذی‌نفع ۵- ایدئولوژیک: باورها و ارزش‌های مسلط جامعه ابعاد و سطوح مختلف برجسته‌سازی. با مرور آنچه که از عوامل مؤثر بر شکل‌گیری فرآیند برشمرده شد به مجموع دایره واژگان و جمله‌بندی اخبار و تحلیل‌ها و گزارش‌های شبکه‌های فارسی‌زبان اگر دقت شود در می‌یابیم که همه این سناریوها مبتنی بر شناخت دقیق از موقعیت مردم ایران و رژیم صهیونیستی صورت می‌گیرد؛ اما با توجه به هدف خیانت‌باری که عوامل این شبکه‌ها نسبت به مردم خود دارند جمیع شناخت خود را در جهت مخالف و حتی معاند بر مردم ایران به کار گرفتند.

اولویت‌های تعیین‌شده نظریه و سناریو «برجسته‌سازی» نیز با در نظرگرفتن شکل کلی از اولویت‌های (رســانه‌ای، عمومی و سیاسی) به پیش می‌رود که براساس نظر «کارل مانهایم» جامعه‌شناس برجسته بریتانیایی، مجارستانی‌الاصل هر کدام دارای ویژگی‌های مختص به خود می‌باشند:۱- اولویت رسانه‌ها: مشهود بودن، تناسب با نیاز مخاطب، ارزش خبری۲- اولویت عموم: آشنا بودن، علاقه شخصی، مطلوب بودن ۳- اولویت سیاسی: حمایت سیاسی، احتمال عمل، آزادی عمل

در میان تقســیم وظایف رســانه‌ای گاهی وقت‌ها بعضی از رســانه‌ها اولویت رسانه‌ای هر رویداد و رخدادی را برای سایر رسانه‌ها تعیین می‌کنند که این اتفاق به طور متوالی در جنگ ۱۲روزه از سوی رسانه‌های مطرح جهان سلطه از جمله نیویورک‌تایمز و یا شبکه‌های خبری آمریکایی صورت گرفت که به این اتفاق رسانه‌ای «برجسته‌سازی بین رسانه‌ای» گفته می‌شود.

در نوع خاصی از برجسته‌سازی رسانه‌ای که به نام «برجسته‌سازی در سطح دوم» مشهور است به نحوه ارائه ویژگی‌ها و صفات موضوعات (مثل تصویرسازی از سیاستمداران) پرداخته می‌شود که این نوع برجسته‌ســازی می‌تواند نگرش مردم را تحت تأثیر قرار دهد. شاهد مثال بر این موضوع دقیقا می‌تواند نتانیاهو و یا ترامپ باشــند که با بیان موضوع صلح و یا منجی و مصلح تلاش دارند صورتی غیرواقعی از خود را به جهان معرفی نمایند و در این مســیر رســانه‌های افراطی راست‌گرایی جهان سلطه نیز با این افراد همسو و با استفاده از فضای رسانه‌ای همراه هستند. مصاحبه نتانیاهو با شبکه اینترنشنال را می‌توان در زمره همین موضوع دســته‌بندی کرد. در مجموع نظریه برجسته‌سازی و دستورکارگذاری، دارای کاربردهای بســیاری در عرصه‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی هست که جملگی با محوریت رسانه قابل دسترسی و اشاعه هستند. سیاست: در انتخابات، رسانه‌ها می‌توانند با برجسته‌سازی موضوعات خاص، بر اولویت‌های رأی‌دهندگان تأثیر بگذارند. اجتماعی: رسانه‌ها با برجسته‌سازی مسائل اجتماعی (مانند فقر یا محیط‌زیســت)، آنها را در کانون توجه عموم قرار می‌دهند (موضوع خشکســالی و کمبود منابع آبی را با صحبت‌های نتانیاهو برای مردم ایران مصداق عینی این موضوع است) اقتصادی: موضوعات اقتصادی با پوشش رسانه‌ای گسترده می‌توانند به دغدغه اصلی جامعه تبدیل شوند.

در یک نتیجه‌گیری کلی با توجه به مجموع آنچه که گفته شــد و با توجه به قدرت رســانه‌ها در برجسته‌سازی، سواد رسانه‌ای (Media Literacy) به عنوان یک مهارت ضروری مطرح می‌شود. سواد رسانه‌ای به افراد کمک می‌کند تا بتوانند پیام‌های رسانه‌ای را تحلیل و تفسیر کنند و از تأثیرپذیری غیرآگاهانه از اولویت‌های رســانه‌ای جلوگیری کنند و در مجموع نظریه برجسته‌سازی به خوبی نشان می‌دهد که رسانه‌های جمعی چگونه با انتخاب و اولویت‌بندی اخبار، بر افکار عمومی تأثیر می‌گذارند. این نظریه نه‌تنها در حوزه ارتباطات، بلکه در علوم سیاسی، جامعه‌شناسی و روانشناسی نیز کاربرد گسترده‌ای دارد. با این حال، باید توجه داشــت که مخاطبان امروزی با گسترش سواد رسانه‌ای و دسترسی به منابع اطلاعاتی متنوع، می‌توانند تا حدی در برابر برجسته‌ســازی رسانه‌ای مقاومت کنند. در دنیای امروز، که رسانه‌ها به یکی از ابزارهای قدرتمند شکل‌دهی به افکار عمومی تبدیل شده‌اند، درک نظریه برجسته‌سازی برای تحلیل فرآیندهای ارتباطی و سیاسی ضروری است.

خاطره یک سینمای گمشده

نگاهی به فیلم «آنجا، همان ساعت»

رضا جعفریان

«آنجا، همان ســاعت» یکی از فیلم‌های متأخر ســیروس الونــد، کارگردان باســابقه ســینمای ایران اســت که تلاش می‌کند به سبک و سیاق آثار کلاسیک خود، یک ملودرام اجتماعی-عاشقانه را روایت کند.

این فیلم که اولین نمایش آن در ســی و هفتمین جشــنواره فیلم فجر (۱۳۹۷) بود، با واکنش‌های متفاوتی روبه‌رو شد. در ادامه، نقد جامعی از این فیلم ارائه می‌شود.

بازگشت به سینمای دیروز

ســیروس الوند یکی از فیلم‌سازانی است که ســینمایش با ملودرام‌هــای اجتماعی و داستان‌های عاشقانه پرفراز و نشیب گره خورده اســت. «آنجا، همان ساعت» تلاشی دوباره از ســوی او برای بازآفرینی همان فضا و اتمسفر فیلم‌های دهه‌های شصت و هفتاد شمسی است. فیلم، یک ادای دین به ســینمای کلاسیک و قصه‌گوســت، اما سؤال اصلی اینجاست که آیا این سبک و روایت، هنوز هم در قاب سینمای امروز ایران و بــرای مخاطب جدید، کارایی و جذابیت دارد یا خیر. «آنجا، همان ســاعت» بیش از آنکه فیلمی برای امروز باشــد، اثری است که در گذشته جامانده است.

که عشق آسان نمود اول...

داســتان فیلــم دربــاره امیر (بــا بازی پرویزپرســتویی)، یک معلم و کارگر کارخانه میانســال، آرام و دوست‌داشتنی است که به صورت اتفاقی بــا رعنا (ماهور الوند)، دختری بسیار جوان‌تر از خودش که در همان کارخانه کار می‌کند، آشنا می‌شود. این آشنایی به تدریج به یک رابطه عاشقانه عمیق تبدیل می‌شود. اما این عشق با موانع جدی روبه‌روست: اختلاف سنی زیاد، تفاوت جایگاه اجتماعی و مهم‌تر از همه، مخالفت شدید خانواده رعنا، به خصوص بــرادر غیرتــی و تندخوی او بهزاد (شــهرام حقیقت‌دوســت). فیلم، روایتگر تلاش این دو نفر برای رسیدن به یکدیگر در برابر قضاوت‌ها و فشارهای اجتماعی است.

یک نقطه قوت

بی‌تردیــد، بزرگ‌ترین و شــاید تنها نقطه قوت فیلم، حضور پرویزپرســتویی است. او با درک عمیق از شــخصیت یک مرد شــریف و تنها، توانســته کاراکتر امیر را بسیار باورپذیر و ســمپاتیک به تصویر بکشــد. پرستویی با بازی کنترل‌شده و درونی خود، به فیلم وزنی می‌بخشد که فیلم‌نامه فاقد آن است. بار اصلی فیلم بر دوش اوســت و اگر بازی او نبود، فیلم به مراتب ضعیف‌تر می‌شد.

خاطره‌بازی

برای مخاطبانی که با ســینمای قدیمی‌تر ایــران و به خصوص آثار خود ســیروس الوند خاطره دارند، فیلم می‌تواند حس نوستالژیکی را زنــده کند. نوع روابط، دیالوگ‌ها و گره‌های داســتانی، یادآور ســینمای «فیلمفارسی» و ملودرام‌های کلاســیک است که در آن عشق، غیرت و تقابل فقیر و غنی حرف اول را می‌زد.

فیلمنامه‌ای قدیمی و دیالوگ‌های تصنعی

اصلی‌ترین ضربه‌ای کــه فیلم می‌خورد از فیلمنامه آن است. داستان، شخصیت‌ها و به‌ویژه دیالوگ‌ها به شدت قدیمی و کلیشه‌ای هستند. نحوه صحبت کردن کاراکترها، به‌خصوص در سکانس‌های عاشقانه، تصنعی و غیرواقعی به نظر می‌رســد و هیچ شباهتی به زبان و روابط امروزی جامعه ندارد. گره‌های داســتانی قابل پیش‌بینی هستند و فیلم در ارائه یک چالش مدرن و باورپذیر ناتوان است.

شخصیت‌پردازی‌های تک‌بعدی

به جــز شــخصیت امیــر که بــه لطف بازی‌پرســتویی کمی عمق پیــدا کرده، بقیه شخصیت‌ها بسیار سطحی و تیپیکال هستند. رعنا دختری منفعل است، برادر او یک جوان غیرتی کلیشــه‌ای و بی‌منطق اســت و بقیه کاراکترهــا نیــز حضوری فراتــر از یک تیپ ســاده ندارند. این شخصیت‌های تخت، امکان همذات‌پنداری عمیق را از تماشاگر می‌گیرند.

عدم ارتباط با دغدغه‌های امروز

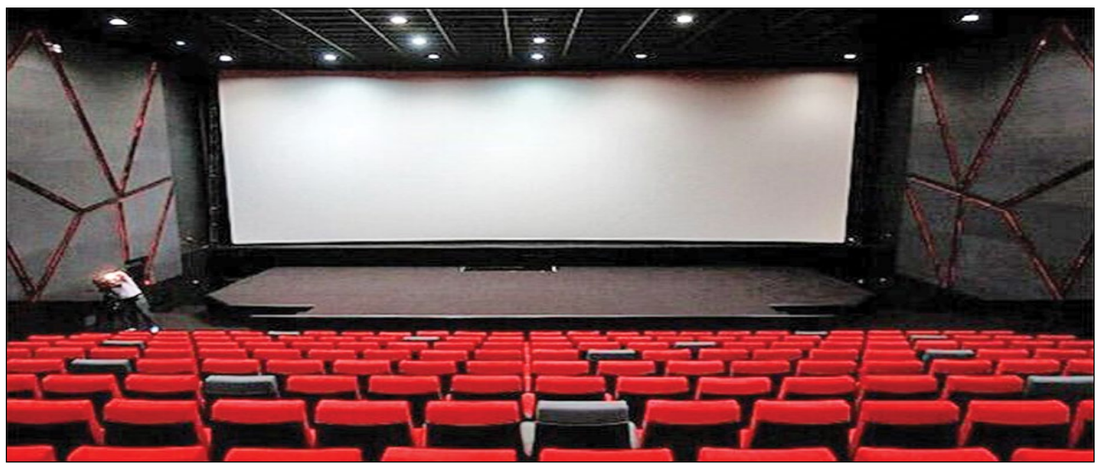
فیلم به مســئله‌ای می‌پردازد که شاید در دهه‌ها قبل یک بحران اجتماعی بزرگ محسوب می‌شد، اما آن را به شکلی قدیمی و ساده‌انگارانه مطــرح می‌کنــد. «آنجا، همان ســاعت» از پرداختن به پیچیدگی‌ها و دغدغه‌های واقعی جامعه امــروز ایران عاجز اســت و در دنیای خودساخته و قدیمی‌اش باقی می‌ماند.

شبیه یک فیلم موزه‌ای

«آنجا، همان ساعت» بیشتر شبیه یک فیلم موزه‌ای است تا یک اثر سینمایی زنده و پویا. این فیلم، یادگاری از دورانی است که سینمای ایران دغدغه‌ها و زبان دیگری داشت. سیروس الوند با ســاخت این فیلم نشــان می‌دهد که همچنان به اصول سینمای کلاسیک خود وفادار است، اما این وفاداری به قیمت جدا افتادن از زمانه و مخاطب امروزی تمام شــده است. اگر از طرفداران پروپاقرص پرویزپرستویی هستید یا به دنبــال زنده کردن خاطرات ســینمای ملودرام قدیمی ایران می‌گردید، شاید تماشای فیلــم برایتان قابل تحمل باشــد. در غیر این صورت، «آنجا، همان ســاعت» یک اثر کند، قابل پیش‌بینی و از مد افتاده اســت که حرف جدیدی برای گفتن ندارد.

چرا تحسین چرا تحمیق؟

پژمان کریمی



یک فیلم ســینمایی عرضه می‌شــود و به نمایــش در می‌آیــد. گروهــی از هنرمندان و طیفی از سیاســیون و برخی از اهالی دولت و نزدیکان بدان، به شــکلی هدفمند، انتخاب و به تماشــای فیلم گسیل می‌شوند. تماشاگران منتخب پس از تماشــای فیلــم، با بزرگنمایی و با آب‌وتاب به تحســین اثر مشغول می‌شوند. پنداری که ســاخت فیلم هدف نظر، رویدادی غیرعادی و شــگرف و سرفصلی تازه بر حیات سینمای ایران است! جملگی در مقام و به هیئت منتقدی جدی و کارکشــته آشــکار می‌شوند. خوب که دقت می‌کنید، می‌بینید، «تحسین‌ها و ابراز شگفت‌زدگی‌ها» از سوی مجموعه‌ای از رسانه‌های وابسته به یک طیف سیاسی در قالب خبر و گزارش و مصاحبه و یادداشت، پوشش و بازتاب گسترده می‌یابد!

در واقع تحسین‌کنندگان و رسانه‌های حامی و مبلغ فیلم دارای چنین نشانه‌هایی در کارنامه خوداند ولو اینکه نسبتی تعریف شده و مشخص با سینما نداشته و ندارند:

یک- بی‌اعتنا به مقوله راهبردی سینمای تراز انقلاب اسلامی و سینمای دینی.

دو- مستغرق در مرداب لیبرالیسم فرهنگی.

سه- دارای تواضع و کرنش در برابر عناصر ســکولار و لائیک در حیطه فرهنگ و به‌ویژه حدود سینما.

چهار- قائل نبودن به موضوع و پدیده ابتذال سینمایی و سینمای ابتذال.

وقتی تو به تماشای فیلم می‌نشینی، مشتاق بــه دنبال نقاط قوتی می‌گــردی، که صفی از سیاستمداران و هنرمندان تو را ناگریز به تماشای آن توصیف می‌کنند.

اما... چه می‌بینی و چه درمی‌یابی؟ چه چیزی و چه اتفاقی غافلگیرت می‌کند؟ چه حرفی و چه نکته و چه مفهومی، تو را به دامن اندیشه‌ورزی جدی و عمیق سوق می‌دهد؟

فیلمی که درباره آن ســخن رفته و می‌رود و بر استثنایی بودن آن تاکید می‌شود، تنها در این دو کلمه خلاصه می‌شود:

«ساختارشــکن»؛ ساختارشکن در حیطه محتوا!

این گزاره دقیقا معنای فشرده این جملات است:

- «این فیلم جسارت دارد!»
- «فیلم نگاه نقادانه نسل جدید به عقاید نسل پیشین و رسوم کهن را نمایندگی می‌کند!»
- «فیلــم می‌گوید باید از ســدهای مصنوعی عبور کرد!»
- «فیلم نسل پیشین را به تجدیدنظر در مواجهه با واقعیت‌ها فرامی‌خواند!»

به عبارت دیگر؛ از دیدگاه طیفی سیاسی و فرهنگی؛ «فیلمی خوب است، دیدنی و دلخواه به‌شمار می‌آید، که حرفی بزند، چیزی بگوید، صحنه‌ای را به تصویر درآورد، در برابر ارزش‌های دینی و انسانی. فیلمی گرامی است که بی‌پروا به فرد و جامعه بتازد، ایراد کند، اعتراض کند و...!»

اکنون پرسش این است:

آیا هر ساختارشکنی بجا و بخردانه است؟

آیا پرده‌دری یک ارزش است؟

آیا ایراد کردن به فرد و جامعه ولو نادرست فی‌حد ذاته پذیرفتنی است؟

آیا به فرد و افراد و مجموعه‌های فکری و... نسبت ناروا دادن اخلاقی است؟

آیــا مخاطب را به طغیان علیه فطرت الهی خود و جامعه و نظامات اجتماعی واداشتن، امر واقع انسانی است؟

باید تاکید کرد؛ یکی از نشــانه‌های بیماری فکری این است که فرد یا مجموعه‌ای از افراد، روشن و پوشیده، تمنیات درونی خود را معیار خــوب و بد توهم و توصیف می‌کنند و با هدف جاانداختن و ترویج «دلخــواه» خود، تحمیق مخاطب را به مثابه ابزاری مشــروع به‌دســت می‌گیرند.

به‌یــاد دارم در مقطعی زمانی، در صفحات ادبی روزنامه‌های زنجیره‌ای متن مصاحبه برخی به اصطلاح شاعران و نویسندگان جوان منتشر می‌شد. مصاحبه‌شوندگان به بهانه انتشار اولین کتابشان هدف مصاحبه قرار می‌گرفتند. نکات قابل‌توجه چه بود؟

اول اینکه؛ مصاحبه‌شــونده با وجود تازه‌کار بودن، یک صاحب‌نظر ادبی معرفی می‌شد.

دوم؛ اثر اول و خام و درجه ســوم وی، اثری شگفت و تحسین‌برانگیز توصیف می‌گردید.

ســوم؛ مصاحبه‌شــوندگان جملگی عناصر سکولار شناخته می‌شدند.

چهارم؛ آثار افــراد هدف مصاحبه، کاملا با حال و هوای سکولاریستی و برخی در معاندت با انقلاب اسلامی شکل گرفته بودند.

پنجــم؛ ناشــر کتاب‌ها، در زمره ناشــرین شــاخص در حوزه انتشار کتاب‌های مسئله‌دار نویسندگان ضددین و دارای سوابق ضدامنیتی، قرار می‌گرفتند.

گمان این بود که با «بزرگنمایی نام و اثر» مخاطب به دره حماقت در می‌افتد و با نظر به افکار نخبگان ســاختگی، در پنداشت و باوری سکولاریستی معنا می‌شود.