

فروش سینمای ایران در سال ۱۴۰۳ به ماه آخر رسیده و فیلم «۷۰ سی» بهرام افشاری در آستانه رکوردزنی فروش در این سال است؛ جایگاهی که سال گذشته از آن «فسیل» باز هم با بازی بهرام افشاری بود.

بر مبنای آمار سمفا تا صبح دیروز ۳۳ میلیون و ۷۳۴ هزار و ۷۸۱ نفر در ۸۴۷ هزار و ۱۵۰ سانسی که ۶۰ فیلم سینمای ایران را در سالن‌های سینمایی نمایش

«۷۰ سی» در آستانه

رسیدن به جایگاه

پرفروش‌ترین فیلم سال

مقاومت

برای جهانیان

ت و مقاومت

ن مدرسه نقد بود



می‌دهند، به تماشای آثار نشست‌ه‌اند و فروشی بیش از ۱/۸۹۲ میلیارد تومان را برای سینمای ایران به ارمغان آورده‌اند. فیلم سینمایی ۷۰ سی به کارگردانی بهرام افشاری اکران خود را از هفتم آذر آغاز کرده است. این فیلم در هفت روز گذشته ۱۸۱ هزار و ۲۹ نفر را به سینما کشانده و با ثبت رقم فروش ۱۰ میلیارد و ۸۶ میلیون تومانی همچنان به تنهایی مهم‌ترین سکاندار مجموع

بوده‌ایم، به‌طوری‌که هنرمندانی مانند هادی حجازی‌فر یا ابراهیم حاتمی‌کیا از این موضوع گله‌مند بوده‌اند.

در حال حاضر، وظیفه اصلی بر عهده نهاد‌های نظامی و دولتی است که باید با هنرمندان دغدغه‌مند همکاری کنند. هنرمندانی مانند حاتمی‌کیا، شمعدری، جمال شورجه و ده‌نمکی سال‌ها در این عرصه فعال بوده‌اند و اخیراًنیز آقای حجازی‌فر و مهدویان و بهرام توکلی در این زمینه فعالیت داشته‌اند. حمایت کافی از سوی سازمان‌ها برای تولید چنین آثاری ضروری است. حتی اگر فیلم‌سازی به دلایلی به سوزه‌های دیگر روی آورده، نهاد‌ها باید او را تشویق کنند تا در میان آثارش، فیلم‌هایی درباره دفاع مقدس نیز بسازد.

● **ستوده:** در دهه ۶۰، سینمای دفاع مقدس به اوج خود رسید و فیلم‌های اثرگذاری ساخته شد. با این حال، در اواخر دهه ۶۰ و اوایل دهه ۷۰، این روند با وقفه‌ای مواجه شد. فیلم‌هایی که در این دوران ساخته شدند، به روایت قسه‌ها و پیامدهای جنگ در جامعه پرداختند. این فیلم‌ها توسط نسل جدید فیلمسازان پس از انقلاب ساخته شدند که آقای ابراهیم حاتمی‌کیا و رسول ملاقلی‌پور از جمله آنها بودند. این دو کارگردان هم در دوران جنگ و هم پس از آن فیلم ساختند و نقش کلیدی در سینمای دفاع مقدس ایفا کردند و هم هر دو نفر از نسل جدید فیلمسازان پس از انقلاب بودند و در حوزه دفاع مقدس متمرکز شدند. تفاوت‌هایی در قرائت این دو کارگردان از دوران پس از جنگ وجود داشت اما هر دو به تأثیرگذاری خود ادامه دادند. سینمای دفاع مقدس، گونه‌ای کاملاً ملی و ایرانی است که می‌تواند گفتمان ما را با روایات جدید برای مردم دنیا مطرح کند. برخلاف سینمای جنگ و ضد جنگ که مردم دنیا تاکنون دیده‌اند، سینمای دفاع مقدس سینمای ارزش‌ها و زیبایی‌هاست. این سینما همیشه زنده است و ما امروز به‌شدت به آن نیاز داریم.

سینمای دفاع مقدس می‌تواند حرف جدیدی برای جهانیان مطرح کند و همچنان به عنوان یک سینمای ملی و متمرکز بر ارزش‌ها به کار خود ادامه دهد. این سینما باید مؤلفه‌های خود را حفظ کند و به روایت داستان‌های تازه و ارزشمند بپردازد. با حفظ این مؤلفه‌ها، سینمای دفاع مقدس همچنان نقش مهمی در گفتمان جهانی خواهد داشت که این امر محقق نمی‌شود مگر با حمایت نهاد‌های دولتی و نظامی که در اکثر کشورها بودجه‌ای برای ساخت چنین آثاری در نظر می‌گیرند؛ زیرا ممکن است با استقبال متوسط تماشاگران روبه‌رو شوند ولی در سینمای ایران نشان داده شده اگر فیلمی با موضوع جنگ به خوبی ساخته و پرداخته شود، نه تنها

هزینه‌های خود را جبران می‌کند بلکه سود نیز می‌دهد.

● **کاکاوند:** موضوع دیگر در سینمای جنگ، تقویت هویت ملی و یادآوری فداکاری‌های افرادی است که صادقانه برای حفظ مرز و بوم خود یا حتی آزادی دیگر کشورها، در برابر نیروهای متخاصم جنگیدند. همچنین، این فیلم‌ها به افزایش آگاهی تاریخی و اجتماعی و ایجاد پیوند بین نسل‌های گذشته و آینده کمک می‌کنند. نسل‌های آینده فقط از طریق مکتوبات و فیلم‌ها می‌توانند از وقایع جنگ مطلع شوند. هر فرد در هر جامعه‌ای، باید بداند که جنگ چه تأثیراتی بر جامعه خود و دیگر کشورها داشته است و نتیجه سیاست‌های جنگ‌افروانه چه فجایی را به همراه دارد و از آنجا که حفظ این گنجینه‌های تاریخی بر عهده دولت‌هاست، ساخت چنین آثاری باید در دستور کار قرار گیرد کمااین‌که بعد از گذشت هفت دهه از پایان جنگ جهانی دوم همچنان فیلم‌های جنگی در اروپا و آمریکا تولید می‌شود.

● **ذوالفقاری:** این موضوع نیازمند توجه به جامعه آماری نوجوانان و جوانان است. در این راستا، من یک مصاحبه میدانی با نوجوانان و جوانان انجام دادم و از آنها پرسیدم: «در باره سینمای دفاع مقدس چه می‌دانید؟» بسیاری از آنها فیلم‌هایی مانند «آژانس شیشه‌ای» و «لیلی با من است» را می‌شناختند اما از فیلم‌های دهه ۶۰، مانند «عقاب‌ها» اطلاعی نداشتند.

در دهه ۷۰، فیلم‌هایی مانند آژانس شیشه‌ای (جدی) و لیلی با من است (طنز) مورد توجه قرار گرفتند. حدود ۵۰ درصد نوجوانان فیلم‌های جدی و ۵۰ درصد دیگر فیلم‌های طنز را ترجیح می‌دادند. در دهه ۸۰، فیلم‌هایی مانند «اخراجی‌های ۱ و ۲» موفق شدند با مخاطبان ارتباط برقرار کنند، درحالی‌که فیلم‌هایی مانند «خداحافظ رفیق» کمتر مورد استقبال قرار گرفتند. در دهه ۹۰، فیلم‌های «ج»،

فروش هفتگی و رقم فروش هفته است. ۷۰ سی در صورت حفظ روند فروش احتمالاً در این هفته رکورددار فروش سینما در سال ۱۴۰۳ می‌شود. فیلم سینمایی «خرچنگ» به کارگردانی مصطفی شایسته که اکران خود را از ۲۵ دی آغاز کرده و در هفته گذشته فروش پنج میلیارد و ۱۷۹ میلیون تومان را ثبت کرده، در جایگاه دوم جدول فروش هفتگی قرار می‌گیرد.



«شیار ۱۴۳» و «تنگه ابوغریب» توانستند احساسات مخاطبان جوان و نوجوان را برانگیزند. به‌ویژه فیلم موقعیت مهدی اثر هادی حجازی‌فر که با استقبال خوبی مواجه شد.

در مصاحبه من، اکثر نوجوانان و جوانان معتقد بودند وجود سینمای دفاع مقدس ضروری است. آنها پیشنهادهایی برای بهبود کیفیت این فیلم‌ها ارائه دادند:

۱. استفاده از تکنیک‌های سینمایی پیشرفته

۲. تمرکز بر ابعاد انسانی جنگ

۳. پرداختن به عملیات‌های مهم مانند آزادسازی خرمشهر

۴. گسترش تنوع در موضوعات و سبک‌ها

۵. آموزش نسل جدید فیلمسازان

فیلم‌هایی مانند «کیمیا»، «سرزمین خورشید»، «دوئل» و «بلمی به سوی ساحل» درباره خرمشهر، موفقیت‌های چشمگیری داشتند و مخاطبان جوان با آنها ارتباط خوبی برقرار کردند. همچنین، گسترش نقد سینمایی و تقویت تعامل بین نسل‌های قدیم و جدید از طریق سینما، از دیگر پیشنهاد‌های مهم بود.

در نهایت، پرداختن به ابعاد جهانی جنگ و افزایش آگاهی مخاطبان از اهمیت سینمای دفاع مقدس، از جمله مواردی بود که در این مصاحبه به دست آمد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که سینمای دفاع مقدس با بهبود کیفیت و تنوع، می‌تواند جایگاه بهتری در میان نسل جوان پیدا کند.

✎ **ضرورت تولید فیلم‌های دفاع مقدس برای مخاطب جهانی**

● **زهرایی:** ما باید ارزش‌ها و فرهنگ خود، به‌ویژه مضامین والای انسانی و معنوی‌مان، را در قالب سینما و داستان‌های جذاب ارائه دهیم و در این راه، باید مخاطب جهانی را نیز در نظر بگیریم؛ مخاطبی که معمولاً فیلم‌هایی با ضرابهنگ تند و ماجراجو محور را ترجیح می‌دهد. درعین حال، می‌توانیم پیام‌های خود را در لایه‌های زیرین داستان به مخاطب منتقل کنیم.

متأسفانه در کشور ما خلأ بزرگی در این زمینه وجود دارد. تاکنون هیچ فیلم جنگی یا دفاع مقدسی که برای مخاطب خارجی ساخته نشده است. این موضوعی است که مسئولان تاکنون به آن توجهی نداشته‌اند، در حالی‌که این کار ارزش بسیار بالایی دارد. خوشبختانه، ما سوزه‌های مشترکی نیز داریم که می‌توانند برای مخاطب جهانی جذاب باشند. به‌عنوان مثال، فیلم خوب قلب رقه که درباره نبرد با داعش ساخته شده، می‌تواند اولین فیلمی باشد که به یک دشمن بین‌المللی می‌پردازد. این فیلم نیاز به دیده شدن بیشتری دارد، زیرا دشمن مشترکی را نشان می‌دهد که برای مخاطب جهانی نیز قابل درک است.

● **کاکاوند:** یکی از مسائل بسیار مهمی که باید به آن پرداخته شود، این است که سینما به‌عنوان یک مادیوم قدرتمند، می‌تواند جامعه جهانی را تحت تأثیر قرار دهد اما چرا سینمای جنگ و دفاع مقدس ما نتوانسته است از این پتانسیل در سطح جهانی به‌درستی استفاده کند؟ چرا فیلم‌های جنگی و دفاع مقدس ما بازخورد جهانی مناسبی ندارند، علی‌رغم تلاش‌های قابل‌قبول فیلم‌سازان و تولیدات این حوزه.

دلائل متعددی برای این موضوع وجود دارد:

۱. **محدودیت‌های موضوعی و فرهنگی:** یکی از مهم‌ترین مباحث فرهنگی و عقیدتی در فیلم‌های جنگی ما، مفهوم شهادت و جایگاه والای شهید در ادبیات و فرهنگ ماست. این مفاهیم برای جامعه جهانی ناشناخته و غریب است.

۲. **زبان و ترجمه:** ادبیات عامیانه‌ای که در فیلم‌های جنگی ما استفاده می‌شود، هنگام ترجمه برای مخاطب جهانی قابل فهم نیست. در حالی‌که فیلم‌های جنگی خارجی، حتی از کشورهای مختلف، فضای درون فیلم، روابط انسان‌ها و نگرش‌های آنها را به راحتی منتقل می‌کنند.

۳. **جنبه‌های روحانی و قدسی:** در فیلم‌های دفاع مقدس، روابط روحانی و قدسی بین افراد و سرزمینی که از آن دفاع می‌کنند، به‌وضوح دیده می‌شود. این مفاهیم ریشه در مباحث دینی ما دارند و برای مخاطب جهانی قابل درک نیست. در حالی‌که بسیاری از جنگ‌های دنیا، به‌جز جنگ‌های صلیبی، جنبه دینی و ایدئولوژیک ندارند.

۴. **حضور نداشتن در جشنواره‌های بین‌المللی:** متأسفانه معیارهای جشنواره‌های بین‌المللی با سینمای معنوی و شهادت‌طلبانه ما سازگار نیست و نگاه منفی به ترویج فرهنگ معنوی و شهادت طلبی ما دارد.

۵. **رقابت با سینماهای بزرگ جهان:** فیلم‌های جنگی خارجی با هزینه‌های بالا، جزئیات بیشتر و سرعت عمل بیشتری ساخته می‌شوند. این فیلم‌ها پر از صحنه‌های اکشن و هیجان‌انگیز است، در حالی‌که فیلم‌های دفاع مقدس ما معمولاً با ریتمی آرام، شات‌های طولانی و گاهی کسل‌کننده ساخته می‌شود.

۶. **جنبه‌های احساسی**

و ملی: در فیلم‌های دفاع مقدس، بر ارزش‌هایی مانند فداکاری، ایثار، شهادت و دلاوری تأکید می‌شود. این مفاهیم برای مخاطب ایرانی جذاب است، اما برای سایر ملت‌ها ناشناخته و نامأنوس است.

برای داشتن یک سینمای دفاع مقدس پویا و موفق در سطح جهانی، باید محدودیت‌های فرهنگی، سیاسی و اقتصادی را با به‌روزرسانی و یافتن زبان مشترک بین‌المللی برطرف کنیم. همچنین، بازاریابی فیلم‌ها باید به‌گونه‌ای باشد که محتوای تولیدشده به ذائقه بین‌المللی نزدیک‌تر شود. با زبانی قابل فهم و درک، می‌توانیم فرهنگ دینی، پایداری و مقاومت خود را به جامعه جهانی انتقال دهیم و آنها را برای مخاطبان بین‌المللی قابل درک کنیم.

● **ذوالفقاری:** به نظر من با توجه به تحولات منطقه و جنگ‌های متعددی که در این بخش از کره زمین روی داده و همچنین پیشینه فرهنگی مشترک که همین عامل باعث ایجاد ترس در کشورهای غربی شده چون اعتقاد دارم تمام این جنگ‌ها ریشه در دولت‌های غرب دارد. تولید فیلم‌های دفاع مقدس برای کشورهای منطقه، به عنوان ابزاری فرهنگی و اجتماعی، ضروری است. این فیلم‌ها می‌توانند ارزش‌های مشترک ملت‌ها، از جمله ایثار، مقاومت و اتحاد را به تصویر بکشد و به تفاهم و همبستگی بین ملت‌های منطقه کمک کند.

یکی از دلایل اصلی برای تولید این فیلم‌ها، ایجاد درک متقابل و نزدیک‌تر کردن فرهنگ‌هاست. دوران دفاع مقدس ایران، با تاریخ و وقایع مشابه در کشورهای منطقه همخوانی دارد و می‌تواند به معرفی و تبیین تجربیات مشترک کمک کند. این فیلم‌ها می‌توانند خاطرات مشترک و رنج‌های گذشته را به تصویر بکشد و به تقویت همبستگی ملی و منطقه‌ای بپردازد. برای افزایش مناسبات فرهنگی و تولید این فیلم‌ها، چند راهکار پیشنهاد می‌شود:

۱- ایجاد پروژه‌های مشترک سینمایی بین کشورهای همسایه برای کمک به تبادل تجربیات و تکنولوژی سینمایی و تولید فیلم‌های با کیفیت‌تر.

۲- برگزاری جشنواره‌های سینمایی و نمایشگاه‌های فرهنگی مشترک، برای نمایش آثار دفاع مقدس و تبادل فرهنگی بین کشورها.

۳- تبادل دانشجویان سینما و برگزاری کارگاه‌های آموزشی مشترک، برای تربیت نسل جدید فیلم‌سازان و آگاهی از تجربیات مشترک و ارزش‌های دفاع مقدس. در نهایت، تولید فیلم‌های دفاع مقدسی چون قلب رقه و اجرای راهکارهای ذکر شده، برای تقویت مناسبات فرهنگی و افزایش همبستگی بین ملت‌ها با فرهنگ مشترک.

● **ستوده:** سینمای دفاع مقدس می‌تواند گفتمان جدیدی را با روایت‌های تازه برای مردم دنیا مطرح کند. تاکنون مردم دنیا تنها سینمای جنگ و ضد جنگ را دیده‌اند، اما سینمای دفاع مقدس، سینمای ارزش‌ها و زیبایی‌هاست که هرگز نمی‌میرد و همیشه زنده است. این نشان می‌دهد جان دفاع مقدس و ادبیات مقاومت برخاسته از فطرت انسان‌هاست و به بیداری وجدان‌های سالم در سراسر جهان نفوذ دارد. در سال‌های اخیر، به‌ویژه دو سال اخیر، سینمای دفاع مقدس می‌تواند در یک ژانر بزرگ‌تر به‌عنوان سینمای مقاومت بازتعریف شود.

این فضا مشترک است. ادبیات دفاع مقدس امروز با عنوان ادبیات مقاومت می‌تواند جان دوباره‌ای به سینمای دفاع مقدس بدهد که در دهه ۹۰ به‌شدت دچار افول شده بود. با ساخت فیلم‌هایی مانند موقعیت مهدی این سینما جان دوباره گرفت و جوانانی که به این حوزه جذب شدند شروع خوبی داشتند اما متأسفانه برخی از این استعدادها به دلیل مدیریت ناصحیح از دست رفته‌اند. آقای مهدویان که با ایستاده در غبار و آخرین روزهای زمستان شروع کرد، می‌توانست به یک کارگردان مطرح تبدیل شود اما با پرداختن به دیگر ژانرها موقعیت خود را از دست داد.

امیدواریم این رویش‌ها همچنان ادامه داشته باشند و در صورت افتادن در مسیرهای نادرست، دوباره به مسیر درست بازگردند. به‌ویژه با رویدادهای اخیر در محور مقاومت، بیداری جهانی اتفاق افتاده است. تجمع‌ها و تحصن‌ها در حمایت از مقاومت مردم غزه و فلسطین نشان می‌دهند که جان دفاع مقدس و ادبیات مقاومت برخاسته از فطرت انسان‌هاست و نفوذ جهانی دارد. بهترین فرصت است که نهادهای خوبی مرتبط با برنامه‌ریزی منسجم و بلندمدت وارد این حوزه شوند.

● **زهرایی:** علاوه بر این، ما باید فرهنگ ایثار، شهادت و دفاع از وطن را که در دوران جنگ تحمیلی و دفاع مقدس تجربه کردیم، به‌درستی به تصویر بشکیم. برای تحقق این هدف، نیازمند حمایت تمامی ارگان‌ها و نهاد‌های مرتبط هستیم.

در پایان از منتقدان تقاضا دارم همان‌طور که دوستان اشاره کردند، فیلم‌های دفاع مقدس را به‌صورت علمی تحلیل کنند. برگزاری نشست‌ها و وبینارها به‌ویژه برنامه‌های اختصاصی برای بررسی فیلم‌های موفق این حوزه و استخراج الگوهای موفقیت آنها بسیار ضروری است. همچنین، باید به علایق و استقبال جوانان از این فیلم‌ها توجه ویژه‌ای شود تا تولیدات این حوزه ادامه‌دار باشد. جامعه ما به حجم زیاد سینمای سطحی و سخیف نیازی ندارد، بلکه به سینمایی با کیفیت و والا نیازمند است.