

شهامت راندار از فیلمی که خودش مجوز قانونی برای ساختش داده دفاع کند؟

امیر یوسفی: کلمه نمی‌تواند درست نیست، بلکه نمی‌خواهد. در مورد «آشغال‌های دوست داشتنی» هم همین بحث بود؛ اول می‌گفتند مجلس مانع نمایش فیلم است اما بعدها مشخص شد اصلاً کمیسیون فرهنگی فیلم را ندیده است یا این که می‌گفتند فلان نهاد نظامی مخالف فیلم توست، کار به جایی رسید که از آن نهاد نظامی پیغام آمد که مانده فیلم را دیدیم و نه درباره آن حرفی زده‌ایم. این مسائل را الان به راحتی مطرح می‌کنیم اما ویران‌کننده است، وقتی حدود سه سال تمام ذهن‌ت را درگیر می‌کند و بعد می‌فهمی تمام این مباحث مطرح شده دروغ بوده است و فقط فلان مدیر دوست نداشته است فیلم اکران شود اما دوست داشته خودش را روشن‌فکر نشان بدهد.

یعنی شما بر این باور هستید که هیچ فشاری خارج از سینما وجود ندارد و این مدیریت سینمایی است که در مقابل اکران فیلم شما موضع گرفته است؟

امیر یوسفی: من می‌گویم اگر فشاری هم وجود دارد به آن شدت نیست. حرف من این است که مدیریت سینما اگر بخواهد می‌تواند. چگونه؟ همان طور که «قصه‌ها» ی خوب بانوی سینمای ایران اکران شد. یک نمونه که این اراده وجود داشت تا حق خانم بنی اعتماد ادا شود. اتفاقی که همه اهالی سینما را خوشحال کرد اما چرا این اتفاق ادامه پیدا نکرد؟ مشکلات «خانه پدری» و «من عصبانی نیستم» و «آشغال‌های دوست داشتنی» از همین جنس بود، اما برخی تصمیم گرفتند که خودشان را جلوی برخی از جریان‌های سیاسی موجه نشان بدهند. در دوره‌های گذشته که «آدم برفی» و «مارمولک» نمایش داده شد همین اعتراض‌ها و فشارها بود اما ایستادگی کردند. مدیر سینما وظیفه‌اش این است که فشارها را کنترل کند و به راه حل برای سینما برسد. اگر نمی‌تواند فشارها را تحمل کند باید استعفا بدهد و برود.

پس به اعتقاد شما تمام خواسته‌های سینمای ایران است که فیلم توقیفی وجود نداشته باشد و مانعی بر سر اکران فیلم‌ها ایجاد نشود؛ اما مسلماً مطالبات اهالی سینما فقط در این خواسته خلاصه نمی‌شود.

امیر یوسفی: نه مسأله فیلم‌های توقیفی مشکل بخشی از اهالی سینماست. درصد کمی است، اما باید به این مسأله رسیدگی شود.

جاهد: به عنوان مثال فیلم‌هایی که در این دوره از جشنواره دیدیم و در اصل نسل جوان بودند آیا دغدغه‌شان این موارد است؟

امیر یوسفی: فیلم ساخته می‌شود که فروش کند. اگر فیلم «کاناپه» اکران شود و مدل‌های مشابه این فیلم ساخته شود تماشاگر انتخاب می‌کند که به تماشای فیلمی بنشیند که به او دروغ گفته نمی‌شود. در تمام فیلم‌های خوب تاریخ سینمای ایران که تا به حال دیده‌ایم اگر مسأله حجاب با همین کلاه

گیس حل شده بود فیلم جذاب‌تری مشاهده می‌کردیم. به عنوان مثال همین فیلمی که خودتان مثال زدید یعنی «جدایی نادر از سیمین»، خیلی جذاب تر و ماندگارتر می‌شد. باز هم تأکید می‌کنم کسی راجع به کشف حجاب حرف نمی‌زند. مسأله استفاده از کلاه گیس است که به واقع‌گرایی فیلم خیلی بیشتر کمک می‌کند.

جاهد: بهتر است بگوییم برای رثال بودن فیلم بهتر بود، اگر نه شایستگی‌های «جدایی نادر از سیمین» بجا و محفوظ است. البته کلاه گیس هم واقعی نیست و یک دروغ است.

عیاری: وقتی باورپذیر باشد چه اشکالی دارد. مگر الان بازیگران مرد سینما در گریم‌هایشان از کلاه گیس استفاده نمی‌کنند. کسی هم خرده نمی‌گیرد که چون موهای خودشان نیست باورپذیر نیست.

امیر یوسفی: اصلاً به اعتقاد من باید به مسأله استفاده از

شد. جالب این جاست مدیران تلویزیون به محض آن که فهمیدند شبکه جم، گوی رقابت را از آنان روده است شکایت و ابراز گلایه کردند. در ماجرای این شکایت‌ها، اعلام شد که با متولیان رسانه ملی صحبت می‌کنند تا تبلیغات بیشتری به فیلم‌های سینما اختصاص بدهند. در واکنش به این راهبرد، تهیه‌کنندگان هم به شوخی می‌گفتند که دیگر کسی مخاطب برنامه‌های صدا و سیما نیست که زیاد کردن تبلیغات آن تأثیری بر جای بگذارد. علاوه بر بستر مناسب نمایش، خود فیلم‌ها هم به لحاظ کیفیت قابلیت خوبی داشتند که این نکته هم بی‌تأثیر نبود. اگر نگاهی به فیلم‌های سینما در سال ۹۵ داشته باشیم خواهیم دید که در کنار استقبال مردم از فیلم‌های تجاری همانند «۵۰ کیلو آلبالو»، «سالوادور» و... فیلم‌های خوب و جدی مانند «ابد و یک روز» و «فروشنده» هم با مخاطبان بسیاری روبه‌رو شدند.



از راست به چپ: تینا عبدی، آتوسا انوارزبان، فرکل فرخیش و بیتا بیگی در پشت صحنه فیلم «کاناپه» عکس‌ها مرید عیاری



کیانوش عیاری:

بعد از اینکه «خانه پدری» سراز و نیز در آورد از فستیوال‌های مختلف ۱۶ دعوت داشتم که نپذیرفتم. بعد از آن دیگر فیلم‌ها به جایی نفرستادم، چون فکر کردم که کاری غیر قانونی است اما در این مدت برای من یک سؤال بسیار بزرگ به وجود آمده این‌که اگر برای حضور در این فستیوال‌ها اقدام نکنم، انگار خیلی پخته هستم!

کلاه گیس در «کاناپه» هم به عنوان یک گریم نگاه کرد. نباید حتی وارد موضوعات حجاب شد باید آن را پیشنهاد مدل جدید گریم برای خانم‌ها عنوان کرد. چهره پردازی جدید برای خانم‌های ایرانی است.

فروش خوب سینما از جمله اتفاقات خوب چند سال اخیر است و بی‌انصافی است اگر اشاره‌ای به آن نداشته باشیم. در سال ۹۵ فروش شش ماه نخست سال برابر فروش کل سال ۹۴ بود. این به معنی ارتباط دوباره مردم با سینماست؟ چه مسائلی مسبب این اتفاق بوده است؟

امیر یوسفی: بهبود وضعیت سالن‌های سینما طی چند سال اخیر از مهم‌ترین مؤلفه‌ها است. البته این اتفاق حدود ۱۲ سالی است که آغاز شده و در چند سال اخیر شتاب بیشتری گرفته است. نکته دیگر، تبلیغات شبکه‌های ماهواره‌ای است. چه خوششان بیاید و چه نیاید از زمانی که بی‌مهری‌های صدا و سیما به سینما آغاز شد اثرگذاری این شبکه هم مشهود

عیاری: در کنار دلایلی که ذکر شد نباید از تأثیر فضای مجازی غافل ماند. فضای مجازی نه تنها در عرصه سینما، بلکه در تمام سطوح، حتی به عنوان شبکه‌ای مؤثر در برقراری دموکراسی نقش مثبتی ایفا کرده است. فضایی که تکنولوژی در اختیارمان گذاشته و به این آسانی هم نمی‌توان با ممیزی و فیلترینگ آن را از عرصه رقابت حذف کرد. سالن‌های سینما واقعاً فاخر شده‌اند و آدم لذت می‌برد از این که به سینما می‌رود و مخاطب احساس می‌کند که به او احترام می‌گذارند. از دوران ورود مردم به سینما، سالن سینما را به مثابه یک معبد می‌دیدیم. کیفیت فیلم‌ها هم به واسطه تسهیل ارتباطات و این که فیلمسازان فیلم‌های بیشتری می‌بینند بیشتر شده است. من دو سال پیش داور جشنواره فجر بودم و در مقطعی چند روزه ۲۲ فیلم دیدم. برداشت من این است که گرایش به سمت طرح مسائل اجتماعی و مسائل پر معنا تبدیل به یک ابی‌دی می‌شده و این ابی‌دی تاجایی جلورفته که آدم احساس می‌کند یک مد است که اگر الان به موضوعات روز بپردازد