



یک روزگار باطنی

در روزگار «اینستاگرام» و «تلگرام» که همه چیز کپسولی و سطحی شده است یک جوان «دهه شصت» در یک صفحه اینستاگرامی با حدود ۷۵ هزار نفر «دنبال کننده» یا همان «فالوئر» عکس‌های ناب‌ی از دفاع مقدس را به مخاطبان ارائه می‌دهد. حاج کاظم فرامرزی که تمام سال‌های جنگ را در ک کرد،ه، برای اینکه پای گفت‌وگو با «وطن امروز» بنشیند، خیلی مقاومت کرد و می‌گفت «من این کاره نیستم!» اما به هر حال مدیر اهل اهواز پربیننده‌ترین صفحه مجازی دفاع‌مقدسی کوتاه آمد و قبول کرد درباره‌از «عکس‌های دلنشینش» صحبت کند. هنوز سوال نپرسیده بودم و داشتم از این همه «فالوئر»ش تعجب می‌کردم که آب پاکی را روی دستم ریخت: «دنبال کننده و فالوئر برایم مهم نیست! شما باید کار دفاع‌مقدسی بکنید و جنس کار هم دفاع‌مقدسی است، هر چند نتیجه و محصول باید اثر گذار باشد اما ما دنبال تبلیغ تجاری نیستم و پیام ما بر دل‌ها تاثیر می‌گذارد. لازمه این کار این است که از الگوهای آن موقع استفاده کنیم و نگاه برکت و اخلاص داشته باشیم» جناب فرامرزی راه حفظ سندهای ناب را انتشار و عمومی کردن آنها می‌داند.

■ **خودتان را اول معرفی کنید. ما با کسی طرفیم که دارد یک صفحه [پیج] دفاع‌مقدسی را مدیریت می‌کند. مشخص است که مدیر این صفحه در دفاع مقدس بوده و خاک صحنه را خورده است و از روی کتاب روایتگری نمی‌کند و آنچه می‌نویسد می‌گوید عینیات جبهه است.**

من کاظم فرامرزی متولد اهواز هستم. هر وقت هم صحبت از سال تولدم می‌شود، آن را با ۱۵ خرداد و آغاز نهضت حضرت امام گره می‌زنم. من ۲۵ خرداد به دنیا آمدم. آن موقع

امام فرمودند سربازان من در گهواره هستند. من هم جزو آن گهواره‌ای‌ها بودم. چون خوزستانی بودیم و در اهواز زندگی می‌کردیم، با شروع جنگ که سال چهارم دبیرستان بودم، وارد جنگ شدم. ما با جنگ درگیر شدیم و تا پایان جنگ هم در سطوح مختلف در جنگ بودیم. سال ۶۱ باسپار شدم در مقطع جنگ هم به استثنای سال اول جنگ در عملیات بودم. مقصر اینکه سال اول هم در منطقه نبودم از یابا و پذیرش کننده بود. من خودم را به مسؤول کارگزینی تیپ معرفی کردم؛ حالا

اینکه این فرد در من چه دیده بود که من را مسؤول کارگزینی کرد، مانده بودم. البته در آن کار هم موفق بودم ولی یک‌سالی که گذشت از آن کار بیرون آمدم و گفتم جنس من عملیاتی است و به سازمان رزم و گردان‌ها رفتم و تا پایان جنگ هم در همان جا بودم. رسته من از ابتدا تا انتهای جنگ، «صنذره» بود. به قول پرویز پرستویی در فیلم «لیلی ما من است» که می‌گفت «تاکت می‌ترکوندیم»، تخصص من در زمان جنگ، شکار تانک و ادوات زرهی دشمن بود. اگر بخواهم شکار ادوات زرهی دشمن را به شکل فیلم اکشن بگویم، مثل دول‌های فیلم وسترن که ۲ تیرانزاد ماهر به هم می‌رسند و به هم نگاه می‌کنند، سرعت عمل و دقت شلیک خیلی مهم است. ما هم چون صندزه بودیم، حرفیمان تانک ۵۰ تنی که یک گلوله‌اش اتفاقاتی را رقم می‌زد، بود. ما رویه‌روی تانک می‌ایستادیم تا یک تانک را شکار کنیم. تانک برای عراق یک نقطه نقل بود، زیرا ارتش یک ارتش به جای اینکه پیاده باشد، ارتش مکانیزه زرهی بود. طبیعتاً از نظر نقل نظامی هر کسسی نقطه قوت طرف مقابل را تهدید کند، منشأ تهدید باید سر به نیست شود. خبما در واقع نقطه تهدیدی علیه اهداف زرهی که نقطه قوت دشمن بود، بودیم. لذا هر بار که می‌خواستیم تانک شکار کنیم، ۱۰ بار می‌مردیم و زنده می‌شدیم. مثل دول بود. او ایستاده و تو ایستاده چه موقع تو شلیک می‌کنی و چه موقع او شلیک می‌کند خیلی مهم بود. هر کس سرعت و دقت بیشتری داشته باشد، موفق است. خدا به ما توفیقی داد که به برکت خون شهدا شکارچی تانک شدیم و تانک‌های زیادی را هم شکار کردیم و تا پایان جنگ هم کارم همین بود.

■ **خاطرات‌تان را آن زمان ثبت می‌کردید؟**

کتابی تحت عنوان «آخرین شلیک» از بخشی از خاطراتم به چاپ رسیده ولی خاطراتم ناقص است. نگاه من به این کتاب نگاه ایده‌آل نیست، زیرا در حاشیه مصاحبه با بنده تکمیل و چاپ شد.



■ **نکته‌ای که وجود دارد این است که برخی نگاه تحقیر آمیزی به جنگ دارند و خروجی روایت‌شان از جنگ، تحقیر آمیز است، گویا برای جذب مخاطب کارهایی صورت می‌گیرد اما مفهوم جنگ و دفاع‌مقدس چیز دیگری است که رهبر حکیم انقلاب نیز بر عدم فراموشی آن تاکید دارند.**

رشته تحصیلی من تاریخ است. تاریخ را مورخ می‌نویسد و فی‌نفسه اسناد، تاریخ را ثبت نمی‌کنند، زیرا اسناد مواد هستند. یک مورخ، نقش معمار را دارد و اسناد را چیدمان می‌کند. زمانی که کیلویی کار می‌کردیم، گذشت، باید حساب شده و محققانه از داشته‌ها استفاده کنیم. باید به سمت تحقیق در دفاع‌مقدس پیش برویم ولی اینکه جنگ را به فضایی ببریم که برای خودمان مشتری جذب کنیم، این جفاست. یعنی محقق دنبال استثنائات و تک‌نقطه‌ها برود و آنان را بزرگ کند، اجحاف در حق دفاع‌مقدس است. در کدام پدیده اجتماعی ضایعات و نقص نداشته‌ایم؟ در کنار این خطاها، جهت‌گیری درست هم بوده و انسان باید بیاورد آن را ببیند و سراغ نقطه‌ضعف هم برود. متأسفانه در کشور ما خیلی‌ها از مطالب حاشیه‌ای خوش‌شان می‌آید؛ مخصوصاً اگر چیزی به چالش کشیده شود که نور علی نور است، برخی بحث‌های تاریخی درست است ولی جای آن در دانشکده‌های نظامی است نه اجتماع. وقتی نتیجه‌گیری کاری تحقیقی را به خورد جامعه می‌دهیم، به دلیل اینکه جامعه نگاه عمیقی به آن حوزه تخصصی ندارد که بخواهد درنگ و فکر کند و بعد صحیح یا کذب بودن آن را بپذیرد، مشکلات پیش می‌آید.

اینکه بگوییم در حوزه دفاع‌مقدس، متوقف به فضای جنگ هستیم و نگاهمان تبلیغی است و تحقیقی نیست، این اجحاف بزرگی به جنگ است. شما مناسبات دفاع‌مقدس را نگاه کنید؛ برجسته‌ترین مناسبت هفته دفاع‌مقدس و بعدش سوم خرداد است اما شما در این مراسمات چیز خاصی نمی‌بینید. شاید برای ۴ تا عملیات خیبر و کربلا… هم مراسم بگیرند اما اکثر فعالیت سازمان‌ها تبلیغی است. در صورتی که تبلیغ به زمان جنگ بازمی‌گردد که نباید افکار است. الان باید به چیستی آن اتفاق بپردازیم که حطور و به چه شکل افتاد و دستاوردش چیست. چه بود. در دل هر اتفاق، یک مطلبی نهفته است که آن را باید به جامعه منتقل کرد. اگر به عملیات بیت‌المقدس نگاه می‌کنی باید ۴ تا زن اصلی آن را پیدا کنی و آن را معادل‌سازی و در جامعه تزریق کنی. افتخار بنده این است که در حوزه اسناد و محصولات دفاع‌مقدس نگرش تبلیغی مبتنی بر تحقیق دارم. زمانی که ما کار را شروع کردیم، شنیدنا استقبال شد؛ اصلاً چنین فکری نمی‌کردیم. یادم هست وقتی صفحه (پیج) را زدیم، گفتم هزار نفر دنبال کننده خواهیم داشت. واقعیت این است که آن زمان در اینستاگرام جریه‌ای نداشتیم اما کم‌کم کار به دست آمد. عکس حکم‌نگین ارزشمند است که باید روی قاب قشنگ کوبیده شود. شما تصور کن در خیابان حافظ کسی بهترین‌نگین را روی دستمال بگذارد و بفروشد. کسی به این نگاه نمی‌کند و نمی‌خرد ولی همین‌نگین‌ها بر سر قالب بنشینند و در جای خودش و در خیابان خاص … و نمایش داده شود، مردم همین را می‌خواهند. اسناد دفاع‌مقدس هم همین ارزش‌مند است که باید در قالب خودش بنشینند و در جای خودش استفاده شود. ما باید روش کارمان را راعلمانه کنیم. یعنی وقتی عکس می‌گذاریم، عکس متناسب با حرکت سیاسی و اجتماعی کشور باشد.

■ **احساس من این است که در دفاع‌مقدس دوگانگی وجود دارد. امسال مردلان سال ۷۸ وارد دانشگاه‌ها می‌شوند. این افراد ۱۱ سال بعد از پایان جنگ به دنیا آمده‌اند. اینها درباره دفاع‌مقدس سوالات مهمی دارند. از داخل و خارج شبهات به وفور مطرح می‌شود. این نسل، دانشجو هم هست و مثل دانشجویان قدیم سوال دارد. در فضای مجازی هم به برخی حاشیه‌ها ماسن می‌زنند ولی انکار در صحبت‌های امام و رهبری، جوهر جنگ چیز دیگری است. اینکه می‌گویند جنگ را به نسل جوان معرفی کنید، رهبر انقلاب کوچک‌ترین تولید فرهنگی مکتوب در این باره را مطالعه می‌کنند. می‌شود صحنه‌شما را به عنوان جایی معرفی کرد که درباره جوهر اصلی دفاع‌مقدس حرف می‌زنسد، در این باره می‌توانید توضیح بدهید؟**

اگر ما بخواهیم در حوزه انقلاب اسلامی با نسل نو و جوان صحبت کنیم، ۲ رکن و منبع است که سرمایه‌های فرهنگساز و غنی ما هستند. یکی معارف دفاع‌مقدس است که به سرعت ما بازمی‌گردد و دیگری فرهنگ دفاع‌مقدس. مزیت هر دو هم این است که همه طبقه جامعه ما با نسبت قریب به صددرصد، به این موضوع علاقه‌مندند و پذیرفته‌اند. اصولگرا، اصلاح‌طلب، مسلمان و مسیحی، روشنفکر و غیر آن نمی‌شناسد. یعنی توی جدل‌های سیاسی وقتی بحث شهدا می‌شود، همه می‌آیند دنبال کار. دفاع مقدس به عنوان یکی از ۲ رکن عقبه محتوایی ما است و باید استفاده شود. از اینجا به بعد اتفاقی می‌افتد و آن سازوکاری است که ما در بهرپردازی از این منابع داریم. اگر این روش‌ها نوین باشد و تفکری در پس آن باشد، خیلی از معضلات جامعه در حوزه سیاسی حل می‌شود. چون فرهنگ، زیربنای اقتصاد و سیاست است. اگر فرهنگ درست شد، پیشرفت حاصل می‌شود. لذا اگر ما به این سازوکار و روش‌های‌بردی عمل کنیم، تأثیرات خودش را بر جا می‌گذارد. اگر تأثیرات آن را در جامعه ندیدیم، به معنای آن است که از فرهنگ خوب استفاده نشده است. چرا پرداخت به دفاع‌مقدس در سوم خرداد و هفته دفاع‌مقدس … منحصر نشده و در کل زمان مطرح نیست؟ چرا در هر پدیده اجتماعی، دنبال معادل آن در دفاع‌مقدس نگردیم؟ من اعتقاد دارم معادل هر اتفاق در جامعه می‌توان در دفاع‌مقدس چیزی یافت. حتی معضلات اجتماعی را هم می‌توان بسا راهکارهای دفاع‌مقدس حل کرد. باید روش‌ها نوین شود و هوشمندانه به آن ورود کرد و روی محتوای مورد نظر کار پردازشی انجام داد. متأسفانه نگاه ما به اسناد دفاع‌مقدس نگاه قلیل‌قبولی نیست، زیرا داده‌های فراوانی داریم و به دلیل همین فراوانی، به فراوانی هم عرضه می‌کنیم. این فراوانی عرضه کردن هم خوب حراج زدن به داشته‌هاست.

■ **شما در فضایی که این همه چهره‌های معروف صفحه دارند، موفق بودید و می‌بینیم یک صفحه دفاع‌مقدسی این همه طرفدار دارد؛ چه مکانیزم و فرآیندی را به کار بردید؟**

یکی اینکه زمانی که ما وارد شدیم پیج‌های ارزشی کم بودند و عقبه کمی از نظر محتوایی داشتند. ما از یک مزیت برجسته‌بر خوردار بودیم. موادی که داشتیم دو–سه تا حسن داشت. یکی بکر بودند و تا الان نمایش داده نشده بودند، لذا هر چقدر عکس بیرون می‌آمد، همه استقبال می‌کردند. دوم کیفیتش بود. عکس‌هایی که ما می‌گذاریم اسکن شده نگاتیو هستند. عکس‌ها شفاف هستند و طراوت دارند. نکته سوم تنوع بود. ما با هر پهنانه‌ای معادلش را می‌گذاشتیم. مثلاً روز اهدای خون بود، عکس‌های مرتبط می‌گذاشتیم. یا عاشورا بود، عکس عاشورا می‌گذاشتیم. این باعث از تباط مخاطب می‌شد. لذا زنده و همگام با مناسبت‌های جامعه بودیم و ساز جدانمی‌زدیم و در دهه محرم عکس شاد نمی‌گذاشتیم… و ما فضای خلأ را پر کردیم.

یک خاطره بگویم. ده یا پانزدهمین عکسی که گذاشتیم، یک آدم دلسوزی آمد و با تشر با من صحبت کرد که چه خیرت است؛ بگذار عکس کمی بماند. من برایش احترام قائل بودم چون عکس را به قدری ناب می‌دید که می‌گفت چند روزی باشد و بعد عکس جدید بگذاریم. ولی آن چیزی که من می‌گفتم این بود که آنها نمی‌دانستند که ما چنین میراث ارزشمندی داریم. با زبان بی‌زبانی گفتم با همین آهنگ، تا ۵۰ سال دیگر هم عکس دارم؛ باور نمی‌کرد! عکس‌های ما طراوت دارند. مجموعه عکس‌هایی که در صفحه بنده تا الان منتشر شده، بیش از ۴ هزار قطعه است. چقدر عکس دفاع مقدس داریم که گردآوری شده است؟ صراحتاً بگویم قریب به ۵ میلیون عکس جمع‌آوری شده است. شما نسبت این ۴ هزار عکس را با ۵ میلیون به دست بیابور. ما ۴ هزار را در ۳ سال منتشر کردیم و از عقبه مطلع بودیم ولی این عقبه محصور است. مشکل عقبه چه بود؟ ما یک مشکلی در حوزه اسناد دفاع‌مقدس از جمله عکس داشتیم. سازمان‌ها متولی جمع‌آوری اسناد و تصاویر بودند. این نگاه متولی‌گری باعث می‌شد تمرکز روی جمع و نگهداری آثار باشد و کسی دنبال انتشار نباشد. سازمان‌ها فضای سبقتی نسبت به جمع‌آوری و احضار و فلان کردن اسناد دارند. چنین فضایی در سازمان‌ها بود. یکی از کارهایی که ما انجام دادیم این بود که این فضا را شکستیم. یعنی فضای نشر دادن و دست تنگ نبودن را باز کردیم و مورد استقبال قرار گرفت.

■ **یعنی شما در انبار را باز کردید؟**

بله! جسارت کردیم. من برای این عکس‌ها داندرا رفتم که چرا این عکس‌ها را منتشر می‌کنی؟ چسرا؟ چون این عکس‌ها مربوط به فلان سازمان است و فلان سازمان اجازه نمی‌دهد این عکس‌ها منتشر شود. بابا این عکس میراث ملی است.

■ **مگر عکس‌ها سازمانی است؟**

نه! این عکس‌ها مردمی هستند. چون در فلان سازمان جمع‌آوری شده، اجازه انتشارش را نداریم. ۳ دهه از دفاع‌مقدس گذشته، پس چه زمانی این عکس‌ها می‌خواهد منتشر شود؟ می‌گویند آینده، زمان حال ما، آینده گذشته است. یعنی در گذشته چنین فضایی در الان حال هستیم. این عکس‌ها باید بیرون بیایند.

■ **ماجرای داندسرا به کجا کشید؟**

ما را بردند داندسرا؛ وقتی رفتم پیش بازپرس، گفت چه کار

کردی؟ گفتم عکس اینستاگرام گذاشتم.

گفت چه عکسی؟ گفتم عکس دفاع مقدس! گفت کدام پیج هستی؟ گفتم فرامرزی. گفت پیج دفاع‌مقدس فرامرزی شما هستید؟ گفتم بله! گفت جرمت چیه؟ گفتم به من گفتند چرا این را گذاشتی؟ بازپرس خنده‌اش گرفت و پرونشده را مختومه کرد و گفت یا شسو برو. معلوم شد یکی از مخاطبای اینستاگرام من همین قاضی بوده است. [خند]

■ **پس این همه عکس و سند چه می‌شود؟**

هنوز در حوزه خروجی اسناد دفاع‌مقدس اتفاق مهمی نیفتاده است. اگر اینها بیرون بیاید، باعث می‌شود افراد و محققان بیشتر کار کنند. صحبت من این است که این آرشيو باید در دست سازمان‌ها باشد و همه بهره‌مند باشند و از آن استفاده کنند. نگاه من به سند این است که این سند بیرون بیاید، نگهداری و حفظ می‌شود. یکی از راه‌های نگهداری اسناد، تکثیر اسناد است. نگهداری اسناد این نیست که سند را گشت ساختمان‌های مجلل و درهای بسته محبوس کنید و دوربین مداربسته… و بگذارید. بهترین راه این است که سند دست مردم بیفتد تا نگهداری شود. چنین انتقالی در آستانه افتادن است.

■ **درباره اسناد دفاع‌مقدس حرف جالبی زدید که اگر بخواهد بماند باید تکثیر شود.**

گفت‌وگوی «وطن امروز» با حاج‌کاظم فرامرزی، رزمنده ایثارگر و مدیر صفحه پر مخاطب اینستاگرامی دفاع‌مقدس

دنبال استثنائات رفتن جفا به دفاع مقدس است

بله! وقتی دست مردم بیفتد، بهتر از اسناد نگهداری می‌کنند. وقتی سند مسدود شود، آسیب‌پذیری‌اش بالا می‌رود. می‌دانید چه بخش ارزشمندی از آرشيو دفاع‌مقدس از بین رفته است؟ چرا؟ چون در کانتینر و ساختمان نگهداری شدند و باران و سیل آمده و همه اسناد را از بین برده است. بخش قابل توجهی از اسناد ما زیر لوای نگهداری و حفظ از بین رفته است. یعنی اگر این اسناد را در سازمان‌ها نگه نمی‌داشتند و دست مردم بود، بهتر حفظ می‌شد.

■ **شما می‌خواهید کار محققانه کتابی هم روی این کار انجام دهید؟**

من که نه؛ ظرفیت من در اینستاگرام یک ظرفیت شخصی است. یک فرد عادی هستیم که بر اساس علايق و دسترس‌هایم این را ارائه می‌دهم. قطعاً اگر سازمان متولی حمایت کند، خیلی کارهای قوی‌تری می‌شود.

■ **در پی انتشار این عکس‌ها چقدر آدم جدید پیدا شد؟**

خیلی زیبایی در انتشار عکس‌ها دیدیم. یکی از زیبایی‌هایی که خستگی را از تن ما بیرون می‌آورد، این است که پس از انتشار عکس، مخاطبی پیدا شد و گفت در عکس پدر من است و چنین عکسی از پدرم در منطقه نداشتم. با خواهش و تمنا می‌پرسید که این عکس را از کجا آوردید. یا طرف در صحنه‌ای بوده، از آن صحنه که آمده با خودش گفته فقط خدا این صحنه را ثبت کرده است، غافل از اینکه این توسط دوربین ثبت شده است. خود رزمنده‌ها در این عکس‌ها خودشان را پیدا می‌کردند. بخشی از مخاطبان هم کسانی هستند که عکاس حرفه‌ای هستند و بر همین اساس صحنه بنده را رصد می‌کنند

■ **اواخر دهه ۷۰ برخی می‌گفتند ارزش‌های دفاع‌مقدس را نمی‌شود به این جامعه گفت و گوش شنوایی برای آن نیست. نمایشگاه دفاع‌مقدس یک چیزهای تکراری بخش می‌کرد. تصور ما این بود که از جنگ همین ۱۰۰ قطعه عکس است. شاید کمی این فضا به اخراجی‌ها یا کتاب‌هایی مثل «دا» کمک کرد. ولی آنها کتاب و فیلم هستند و جذابیت‌های متفاوتی دارند یا فلان نویسنده و بازیگر آن را تبلیغ کردند. صفحه اینستاگرام آقای فرامرزی این خصوصیت را ندارد. یعنی بدون اینکه اخبار ۲۰۰۲۰ نشان دهد و فلان سلبریتی تبلیغ کند و فیلم شود، دیده شد. غیر از آن تا کنه از نظر محتوایی چه رازی دارد؟ خودتان فکرش را می‌کردید اینگونه شود؟**

فکر نمی‌کردم اینقدر استقبال شود. در همان اوایل دیدم که استقبال می‌شود. همان موارد قبلی که گفتم، ۳ عامل را ما اضافه کردیم؛ یک نگاه ما به مناسبت بود. صرفاً مناسبت تبلیغی و زمانی نبود. مثلاً فضای جامعه به آستانه شب عید رفته است. در آستانه طبیعت‌گردی هستیم یا دهه عاشورا هستیم. لذا همگام با فضای جامعه عکس‌ها را ارائه می‌دادیم که مسؤل بر موج تازقه مردمی شسویم. وقتی این موج دارد به سمتی می‌رود، ما معادل آن موج را پیدا می‌کردیم و سوار می‌شدیم و می‌رفتم. نکته دوم از تلفیق ادبی هم استفاده کردیم. اعتقاد بنده این است که اگر عکس صرف بگذارید، ممکن است اثری بگذارد ولی اگر خام ارائه نشود و به نوشته‌های تلفیق شود، زیباتر می‌آید. همان حکمت‌نگین بر قاب انگشتر. مثلاً ما از دلنوشته‌های ادبی حداکثر استفاده را بردیم. هر چقدر متن نوشته‌ها زیباتر باشند، عکس را بالا می‌کشند. اینها همه خلاصیت‌های ال‌فیداهه هستند. مثلاً طرف افتاده در کربلای ۵ و بعدش هم مجروح است و پهلویش خونی است. فرد هنرمندی نوشت: «راست می‌گفتند در جبهه بخور و خواب بوده است.» با این نوشته بخور و می‌کشیدیم و می‌گفتیم آنجا هم بخور و بخواب بوده؛ رزمنده هم ترکش خورده و هم خوابیده است. با یک رزمنده‌ای است که پشت خاکریز دولا دولا می‌رود. با آرایه ادبی گفتم! اینها خم شدند تا ما ایستاده باشیم. درست است که عکس در بطن خودش پیام دارد ولی نباید به تنهایی رها شود و باید کار پردازشی روی

آن صورت گیرد تا این عکس به دل‌ها بنشیند. یک عکس عادی بدون توضیح و عکس با توضیح؛ عکس بدون توضیح را نسل جوان نگاه می‌کند و می‌گویند این چیست ؟ در تصویر ۶۰ نفرند که در زمستان عکس یاد‌گاری گرفته‌اند. طرف پوسته عکس را می‌فهمد ولی ما در کنارش توضیح می‌دهیم که این عکس منحصر به فرد است. از این مثلا ۶۰ نفر، ۴۰ نفر ششان شهید شدند. می‌گویند نه بابا؟ چطور شهید شدند؟ تو جاده شهید صفوی مباران شیمیایی صورت گرفت و اینها شیمیایی شهید شدند. توضیح، عکس را گویا می‌کند و مخاطب سریع از کنار عکس رد نمی‌شود. ما تا توانستیم سعی کردیم عکس‌ها را گویا کنیم.

ادامه در صفحه ۵

