

نگاهی به نوع و میزان حضور پرچم ایران در سینمای ایران و مقایسه آن با نمونه‌های جهانی

پرچم، بازیگر غایب



میلاد جلیل‌زاده

فکر می‌کنند این یک قانون است؛ بله این قانون است اما نانوشته و نیمه‌رسمی. در بسیاری از نقاط آمریکا، روی هر ماشین، سردر هر مدرسه، ایستگاه پلیس، ایستگاه آتش‌نشانی، ایستگاه مترو و حتی نمایندگی‌های خودرو، پرچم وجود دارد و اینها در سینما هم بازتاب پیدا کرده و تقویت شده است. غیر از فیلم‌های جنگی آمریکا مثل تاپ‌گان، پاتن (۱۹۷۰)، نجات سرباز رایان، سپیده‌دم سرخ (۱۹۸۴)، پرچم‌های پدران ما و صدها نمونه جنگی دیگر، آنها حتی در فیلم‌های دیگرشان هم حضور پرچم را بسیار پررنگ نمایش داده‌اند؛ از ابرقهرمانی‌ها گرفته تا کمدی‌هایی مثل «فارس‌ت گامپ» یا حتی کارهای کودک که «داستان اسباب‌بازی‌ها» یکی از نمونه‌های جدی آن است.

در سینمای ایران اما کمتر می‌شود پرچم ایران را دید و بیشتر مواردی هم که هست، مربوط به فیلم‌های جنگی می‌شود.

همه می‌دانیم که بعد از ۹ اسفند ۱۴۰۴، خیلی از چیزها دیگر به حالت سابق خود باز نخواهند گشت و یکی از مهم‌ترین مواردی که چنین عطفی را در تاریخ ما رقم زد، حضور مردم مبعوث شده در خیابان‌ها و میادین بود. این حضور به قدری دارای ابعاد متنوع و البته غافلگیر کننده و شگرف است که هر جنبه از آن را می‌توان در دفترهای جداگانه‌ای بسط داد و به بحث درباره‌شان نشست؛ اما از هر کس اگر بیرسم پررنگ‌ترین نماد این حضور چه بود، بی‌تردید اولین پاسخ، جلوه گر شدن پرچم پرعطر ایران در شهرهای مختلف کشور است.

دیگر عادت کرده‌ایم وقتی از خیابانی در تهران یا هر شهر

دیگر عبور می‌کنیم، خودروهایی را ببینیم که پرچم ایران را حمل می‌کنند. روی تلق موتوسیکلت‌ها، سرد خیلی از خانه‌ها، روی میز خیلی از کسبه و خیلی جاهای دیگر، پرچم ایران چشم آدم را می‌گیرد و اگر کسی تاریخ این دوره از سرزمین ما را بداند و مطلع باشد که چنین وضعیتی پس از چه رویدادهایی پیدا شده است، حتما عمق ارزش آن را بیشتر درک می‌کند. حضور مردم در خیابان‌ها کاری خواهد کرد که هیچ چیز به قبل از ۹ اسفند ۱۴۰۴ برنگردد و این طبیعتاً شامل حوزه‌های فرهنگی و هنری هم می‌شود؛ مگر اینکه فعالان این حوزه‌ها بخواهند از واقعیت جامعه جا بمانند. از همین رو است که به سهم سینما در این حوزه هم می‌توان توجه کرد و شاید بد نباشد ماجرا را از همین نماد اصلی و ویژه حضور مردم، یعنی پرچم ایران آغاز کنیم. در ادامه ابتدا به این پرداخته می‌شود که حضور پرچم ایران در فیلم‌ها و سریال‌های ایرانی تا به حال چقدر بوده است. بعد به نوع حضور پرچم در فیلم‌های مختلف سینمای جهان پرداخته شده که دو نوع متفاوت دارد؛ یعنی اینکه نمایش پرچم جزو زندگی روزمره مردم است یا یک بروکراسی رسمی در مواردی خاص. پس از آن به نوع نمایش پرچم در سینما و صنعت سریال‌سازی کشورهای مختلف جهان نگاهی گذرا انداخته شده و نهایتاً به این می‌پردازیم که چرا و چطور کشورهایی که صنعت نمایشی پویاتری دارند، پرچم ملی‌شان را هم بیشتر جلوی دوربین می‌آورند.

■ **پرچم ایران و سینمای ایران**

حتی قبل از جنگ رمضان هم گاهی به این نکته اشاره‌ای نقادانه می‌شد که چرا تصویر پرچم ایران در فیلم‌ها و سریال‌ها اینقدر کم‌رنگ است. در جشنواره فجر چهل‌وپ چهارم که پس از جنگ ۱۲ روزه رخ داد هم حتی در آثار مرتبط با آن جنگ، زیاد چشم کسی به پرچم نمی‌خورد. البته پیش از این در مواردی معدود می‌شد پرچم ایران را در بعضی فیلم‌ها دید. یکی از شاخص‌ترین نمونه‌ها در این زمینه که پرچم ایران از پس‌زمینه خارج شده و شخصیت‌پردازی شده، احتمالاً فیلم «مجنون» به کارگردانی مهدی شامحمدی باشد که به شکلی نمادین، پیوند پرچم را با یک رزمنده وطن‌دوست تا لحظه مرگ نمایش داد. در بعضی فیلم‌های ورزشی هم به پرچم ایران توجه شده است؛ هرچند اولاً ما تعداد فیلم‌های ورزشی‌مان بالا نیست و ثانیاً همه آنها به میدان‌های ورزش ملی مربوط نبودند. یکی از فیلم‌هایی که هم ورزشی بود و هم جنگی به نام «پرواز از اردوگاه»، اسرا را نشان می‌داد که در مسابقه‌ای رزمی شرکت می‌کردند و یکی از آنها وقتی دید پرچم ایران را ندارد تا مثل حریفش تکان دهد، به شکل نمادین از ۳ تکه پارچه سبز و سفید و سرخ استفاده کرد. اگر بخواهیم در فیلم‌های کاملاً ورزشی سینمای ایران دنبال نمونه‌ای بگردیم که به پرچم توجه داشت، احتمالاً مهم‌ترین مورد، «مرد نقره‌ای» باشد که محمدحسین لطیفی سال ۱۴۰۰ کارگردانی کرد؛ فیلمی که کاملاً درباره پرچم ایران بود و به مسابقات ورزشی ربط داشت و البته این فیلم هم لاقابل به قدری قوی کار نشد که در یاد کسی بماند. از میان سریال‌های تلویزیونی هم بهترین مثال قسمت آخر سری سوم پایتخت بود که نقی

معمولی به مسابقات کشتی پیشکسوتان می‌رفت و با پرچم ایران بازی نمادین و زیبایی انجام داد. در سینمای مستند هم مسعود نجفی فیلمی ساخت به نام «یک اتفاق ساده» درباره پرچم ایران که در جشنواره کن چند روز روی زمین افتاده بود و باعث اعتراض بسیاری از کسانی شد که از این اتفاق خبر داشتند. نجفی که خود در جشنواره کن حضور داشت، تصاویر این مستند ۱۸ دقیقه‌ای را گرفت و بعداً داخل ایران تدوین کرد. از میان پوستر فیلم‌های سینمای ایران هم شاخص‌ترین نمونه مربوط به «چ»، ساخته ابراهیم حاتمی‌کیا می‌شود که پس‌زمینه اصلی پوستر آن پرچم سرنگ ایران بود. اینها در مجموع نشان می‌دهد سینمای ایران در نمایش پرچم ایران بسیار کم‌کار و حتی به عبارتی خجالتی است و اگر پس از جنگ رمضان هم تصویر شهر در این سینما مثل سابق باشد، یا در این نادیده گرفتن صحنه واقعیت، عمدی بوده و یا با یک فضای ذهنی هپروتی در سینماگرانی مواجهیم که مدعی بازتاب عینی و حقیقی مسائل اجتماعی هستند اما به شکلی صحنه را نشان می‌دهند که انگار از ۹ اسفند ۱۴۰۴ به این سو، حتی یک لحظه هم پای‌شان را از خانه بیرون نگذاشته‌اند.

■ **زیست روزمره یا تکلیف رسمی**

در خیلی از فیلم‌های سینمای جهان، بویژه فیلم‌های آمریکایی، دیده می‌شود پرچم آن کشور در تصاویر، جایگاه تکرار شونده‌ای دارند. گاهی با فیلم‌هایی مواجهیم که مسابقات ورزشی یا داستان‌های امنیتی و سیاسی را روایت می‌کنند و حضور پرچم در آنها طبیعی است اما در مواقع دیگر پرچم را به عنوان یک عنصر ثابت در زیست مردم آن کشور می‌بینیم. این قضیه تأثیرات ویژه‌ای روی حس ملی‌گرایی دارد. ما می‌خواهیم همین موضوع را بررسی کنیم که ۲ نوع نمایش پرچم در سینما داریم. مورد اول جایی است که مثلاً مسابقات ورزشی یا صحنه‌های سیاسی و امنیتی نمایش داده می‌شود و حضور پرچم ضروری است. این حضور را حتی در فیلم‌هایی که علیه آن کشور توسط دشمنانش ساخته شده‌اند هم می‌توان دید اما موارد دیگری هست که پرچم را جزو زندگی روزمره مردم نمایش داده‌اند.

سینمای آمریکا (بویژه هالیوود) سال‌های سال نه‌تنها یک صنعت سرگرمی، بلکه قدرتمندترین کارخانه تولید اسطوره، معنا و هویت در جهان مدرن بود. حضور مداوم پرچم آمریکا در فیلم‌ها، فراتر از یک تزئین ساده صحنه، ابزاری حساب‌شده برای ساخت و بازتولید «ملی‌گرایی» و «قدرت نرم» است. برای تحلیل بهتر این موضوع، بیایید نگاهی به ۲ دسته‌بندی که اشاره شد و تأثیرات روان‌شناختی آنها داشته باشیم:

۱- **حضور کارکردی و ساختاری پرچم (مکان‌های رسمی، سیاسی و ورزشی)**

در این دسته، حضور پرچم کاملاً منطقی و برآمده از واقعیت محیط است. وقتی فیلمی درباره یک دادگاه فدرال، کاخ سفید، پایگاه نظامی یا مسابقات المپیک ساخته می‌شود، نبود پرچم غیرطبیعی به نظر می‌رسد. این یعنی بازنمایی واقعیت نهاده‌نشده، چرا که در این فضاها، پرچم نشان‌دهنده اقتدار دولت، قانون و نظم است.

جالب اینجاست که فیلمسازان منتقد سیستم آمریکا یا حتی رقیبان ژئوپلیتیک آن نیز مجبورند برای حفظ واقع‌گرایی داستان، پرچم را در ادارات دولتی یا صحنه‌های نظامی به تصویر بکشند. در اینجا پرچم ابزار نقد سیستم یا نشان‌دهنده بروکراسی حاکم است.

۲- **حضور در متن زیست روزمره و عادی‌سازی (عنصر ثابت زندگی مردم)**

این همان نقطه‌ای است که بیشترین تأثیر را بر ذهن مخاطب می‌گذارد. پرچم در این حالت از یک نماد خشک سیاسی و حکومتی به یک کالای فرهنگی و عنصر خانوادگی تبدیل می‌شود.

اینجا پرچم آن کشور دارای جلوه‌های بصری در زندگی عادی است. پرچم را روی ایوان خانه‌های حومه شهر، روی لباس‌ها، کلاه‌ها، لیوان‌های قهوه، حیاط مدارس و حتی روی کیک‌های تولد یا تجهیزات پیکنیک می‌بینیم که این یعنی تبدیل سیاست به فرهنگ. وقتی پرچم روی لباس یک نوجوان یا روی در یخچال خانگی قرار می‌گیرد، دیگر به معنای «حکومت» نیست، بلکه به معنای «من، خانه من و تعلق خاطر من» است. این فرآیند را در جامعه‌شناسی عادی‌سازی (Normalization) می‌نامند.

۳- **تأثیرات عمیق این نمایش بر حس ملی‌گرایی**

تکرار این تصاویر تأثیرات شگرفی بر مخاطب داخلی و خارجی می‌گذارد که مهم‌ترین آنها عبارتند از:

پیوند ذهن عواطف انسانی با نماد ملی: در سینما، پرچم معمولاً در لحظات بحرانی (مثل بازگشت یک سرباز به خانه، پیروزی یک قهرمان پس از سختی فراوان، یا نجات یک شهر) به اهتزاز درمی‌آید. این ترفند سینمایی، احساسات عمیق انسانی مانند اشک، لبخند، شادی و فداکاری را به پرچم پیوند می‌زند. مخاطب ناخودآگاه با پرچم همذات‌پنداری می‌کند.

ایجاد احساس تعلق و امنیت (برای شهروند آمریکایی): دیدن مداوم پرچم در زندگی عادی و بازتاب آن در فیلم‌ها، به شهروند این حس را می‌دهد که بخشی از یک کل بزرگ‌تر، قدرتمند و حمایت‌شده است؛ گویی در هر شرایطی، این نماد پشتوانه او است.

جهانشمول‌سازی قدرت نرم (برای مخاطب جهانی): تماشاگر جهانی سینما در سراسر دنیا، بدون اینکه وارد خاک آمریکا شود، هزاران بار پرچم این کشور را در حال اهتزاز، در اوج شکوه، پیروزی یا نجات جهان دیده است. این امر قرار است به طور ناخودآگاه نوعی پذیرش برتری فرهنگی، تکنولوژیک یا اخلاقی را در ذهن مخاطب غیرآمریکایی ته‌نشین کند.

■ **فراوانی پرچم‌ها جلوی دوربین‌ها**

در سینمای بسیاری از کشورهای دیگر نیز پرچم حضور دارد، هرچند «جنس» و «فراوانی» این حضور با سینمای آمریکا تفاوت‌هایی داشته باشد. می‌توان در اینجا نگاهی کلی به مهم‌ترین موارد این موضوع در کشورهای پیش‌رو این جریان انداخت.

۱- **چین (پروژه اقتدار و قدرت در حال ظهور)**

در سال‌های اخیر سینمای چین (بویژه با فیلم‌های پرهزینه و حماسی مانند جنگجوی گرگ یا نبرد در دریاچه چانگ‌جین)

شباهت زیادی به هالیوود در نمایش پرچم پیدا کرده است. کارکرد نمایش این پرچم عینی و موثر است. پرچم سرخ پنج‌ستاره در این فیلم‌ها نماد قدرت رو به رشد چین، پیروزی در برابر استعمارگران خارجی و اتحاد ملی است. البته در آمریکا پرچم روی لیوان قهوه و لباس راحتی یک شهروند عادی در خانه دیده می‌شود اما در سینمای چین، پرچم معمولاً در مقیاسی کلان، در میدان‌های جنگ، سفارتخانه‌ها یا لحظات نجات حماسی شهروندان چینی در نقاط مختلف جهان به اهتزاز درمی‌آید تا «اقتدار حاکمیت» را به رخ بکشد.

۲- **روسیه (نو-ملی‌گرایی و افتخار به تاریخ نظامی)**

سینمای روسیه ۲ دوره متمایز دارد: دوران شوروی (که پرچم سرخ و داس‌وتکش نماد ایدئولوژی جهانی کمونیسم بود) و دوران مدرن.

در سینمای امروز روسیه، پرچم سرنگ این کشور و بویژه «نوار سنت جورج» و «پرچم پیروزی» (پرچم سرخ افراشته شده بر فراز رایشس‌تاگ در جنگ جهانی دوم)، هر ۲ ابزاری برای احیای غرور ملی و یادآوری نقش بزرگ روسیه در نجات جهان از فاشیسم است.

تفاوت روس‌ها با آمریکایی‌ها در این است که پرچم در سینمای روسیه کمتر کالای مصرفی روزمره است و بیشتر پیوندی عمیق با رنج تاریخی، فداکاری و جنگ دارد. به این ترتیب می‌توان گفت روس‌ها اگرچه کم و بیش در نمایش پرچم‌شان کارهایی در سینما می‌کنند اما هنوز در دوگانگی خاصی مانده‌اند که اجازه نداده پرچم جدید را کاملاً بپذیرند؛ پرسشی که از یک‌سو هویت ملی‌شان است و احترام دارد و از سوی دیگر حضورش یادآور فروپاشی امپراتوری شوروی است.

۳- **هند باالیوود (احساسات‌گرایی مذهبی-ملی و رقابت‌های منطقه‌ای)**

بالیوود سینمایی به‌شدت احساس‌اسی است و پرچم هند (ترانگا) در آن جایگاه ویژه‌ای دارد. کارکرد پرچم هند معمولاً در فیلم‌های ملی‌گرایانه، فیلم‌های مربوط به مرزها و مناقشات (خصوصاً با پاکستان) یا در فیلم‌های ورزشی ظاهر می‌شود.

تفاوت با آمریکا در این است که نمایش پرچم در بالیوود با موسیقی‌های حماسی و احساسات بسیار غلیظ همراه است. پرچم در اینجا بیشتر وسیله‌ای برای ابراز غیرت ملی و حس وطن‌پرستی پرشور در لحظات بحرانی است تا یک عنصر دکوراتیو عادی. این را ذاتاً به سختی می‌توان عیب یا برتری دانست چون به نوع روایت‌گری سینمای هند برمی‌گردد.

۴- **کره جنوبی (سینمای بحران، تاریخ و التیام ملی)**

در سینمای کره جنوبی پرچم (ته‌گوک‌گی) غالباً در ۲ بستر دیده می‌شود: فیلم‌های تاریخی مربوط به اشغال توسط ژاپن یا جنگ کره و فیلم‌های فاجعه‌محور و ورزشی. کارکرد پرچم در سینمای کره بیش از آنکه ابزار فخرفروشی به قدرتمندی دولت باشد، نماد مقاومت در برابر تجاوز خارجی، رنج جدایی دو کره و همبستگی در روزهای سخت اس، مانند فیلم معروف برادری با نام اصلی «Taegeukgi»

۵- **کشورهای اروپایی (فاصله‌گذاری و احتیاط)**

در سینمای کشورهای اروپایی (مانند فرانسه، آلمان یا بریتانیا)، پرچم ملی هرگز به اندازه سینمای آمریکا در زندگی روزمره یا فیلم‌ها حضور پررنگی ندارد.

دلیل قضیه شاید این باشد که اروپا تجربه تاریک نازیسم و فاشیسم را دارد و افراط در نمایش نمادهای ملی و پرچم‌پرستی (Chauvinism) معمولاً با بدبینی روشنفکران و فیلمسازان روبه‌رو می‌شود. پرچم در سینمای اروپا معمولاً در آثار تاریخی، بحران‌های سیاسی کلان، یا مسابقات فوتبال دیده می‌شود اما سینماگران از عادی‌سازی مبل‌گونه آن در خانه‌ها پرهیز می‌کنند.

■ **پرچم و سینماهای پول‌ساز**

اگر دقت کنیم، اگرچه نمی‌توان گفت نمایش پرچم ملی در محصولات سینمایی و سریالی یک کشور، دلیل فروش بالای آن محصولات می‌شود اما در عین حال یک همبستگی مثبت میان موفقیت و گستردگی صنعت سینما و فراوانی بازنمایی پرچم و نمادهای ملی وجود دارد و این یک واقعیت غیرقابل‌انکار در مطالعات رسانه و جامعه‌شناسی است. این همبستگی معنادار اتفاقی نیست، بلکه ریشه در چند مکانیسم ساختاری و اقتصادی دارد.

سینمایی که از نظر تجاری موفق است، بودجه‌های کلان دارد و محصولاتش به تمام نقاط جهان صادر می‌شود. وقتی یک فیلم به پرفروش‌ترین اثر یا کس‌آفیس جهانی تبدیل می‌شود، تمام جزئیات صحنه‌آرایی آن، از جمله پرچم، به چشمان میلیون‌ها مخاطب در سراسر کره زمین تزریق می‌شود. در واقع، موفقیت تجاری، بستر دیده شدن حداکثری نمادهای ملی را فراهم می‌کند. در حالی که سینمای ضعیف‌تر یا محلی‌تر، بازار محدودی دارد و برد رسانه‌ای کمتری برای بازنمایی این نمادها در اختیار دارد. همین طبیعتاً باعث می‌شود وقتی دولت‌ها می‌بینند سینما چنین قدرتی دارد، به فکر استفاده از آن بیفتند. این را می‌توان چرخه بازخورد «قدرت» و «سینما» نامید. صنعت سینمای موفق معمولاً در بستر کشورهایی شکل می‌گیرد که از نظر اقتصادی، سیاسی یا نظامی در جایگاه بالایی قرار دارند. این برتری به فیلمساز اعتمادبه‌نفس و ابزار لازم برای نمایش افتخارآمیز نمادهای ملی را می‌دهد. از سوی دیگر، خود سینما به بازتولید این قدرت کمک می‌کند. یک چرخه پیوسته شکل می‌گیرد:

قدرت و ثروت کشور منجر به تولید فیلم‌های عظیم و حماسی می‌شود و نمایش پرچم و هویت ملی در فیلم‌ها، تقویت همبستگی داخلی و جذابیت جهانی را به همراه دارد. نکته بعد یا مرحله بعد، تجاری‌سازی نماد ملی و تبدیل آن به «پاپ‌کالچر» است. یک سینمای موفق و قدرتمند می‌داند چگونه نمادهای خشک سیاسی را به کالای فرهنگی جذاب تبدیل کند. وقتی پرچم در یک شاهکار سینمایی پرهزینه، دراماتیک و هیجان‌انگیز حضور دائمی دارد، از حالت یک پوستر خشک حکومتی خارج شده و به بخشی از فرهنگ عامه تبدیل می‌شود. این ویژگی باعث می‌شود مخاطب جهانی هم ناخودآگاه آن نماد را بپذیرد و تحسین کند؛ چیزی که سینمای کشورهای ضعیف‌تر به دلیل نداشتن جذابیت رسانه‌ای فراگیر، از عهده آن برنمی‌آیند.

www.vatanemrooz.ir

در شبکه‌های اجتماعی



@vatanemrooz

پیامک خوانندگان

۱۰۰۰۲۲۳۱

سلام وطن

۶۶۴۱۳۹۴۲