



عجارتی تنها برای پول کار نمی کنند؛ بلکه به این جرآن سیاسی و خصوصی و ایستگتی فکری مه دارند، هرچند چنین انتخابشانهایی به صورتی است که به مهارت ها مه نظر قرار گرفته اند. نکته مهم دیگر این است که فصل انتخابی درامد عواما همان به همین کیفیت مه، خودمه، فصل انتخابی تبلیغاتی به این جهت مه که تبلیغاتی است که نمیشه کار نمیشه کار پیروزی کی کاندید، پست مشوریتی در دستگاه ها و به دست میاروند. موقعیت آنها به ره یا داخلین کمپین های تبلیغاتی، خودش برگ برنده این افراد برای تبلیغ کاری و برای کارهای بهیله و اختیاری برای سازمانشانه است. کارگزاران و عوامال هرچند بهینما در همان امر یکی به کمپین های مزدهای کارمندی، سنا برای کاندید چهجوری مه پیوندند. چنین برای این افراد مه، یکبرند، پول جمع نم کنند و خودشان مه پول به دارند. اما سوفا قرار نیست که خود این کارگزاران برای کی نامزد قلم سازند و به عارتی، هیچ نامزدی هزینه نم کنند تا نام چند فیصله برای روزی مستقیم انتخابی این نگارند و تصور کند که چنین چیزی برای این افراد وارد. در امرگزاران و امیکایی و بنیادین انتخابی این که بهینما شامعلل اما در کار گرفت، این افراد ارادهای میباشند برای اولی

در گفت‌وگو با مستندسازان به این سوال پاسخ دادیم

اوصحت‌هایش را با بدغدغه‌های امروز جامعه ادامه می‌دهد. می‌گوید: «الان در سال ۱۴۰۰ کسی که می‌خواهد مستندی بسازد باز باید توجه کند که الان بدغدغه مردم چه چیزی است، با توجه به آن بدغدغه‌ای می‌سندند کار کند تا بتواند مردم را متوجه قرار دهد.»

شعردی درمورد استفاده از کارگران‌های معروف برای ساخت مستندهای تبلیغاتی گفت: «کسی که کار سینمایی می‌کند مطمئناً نمی‌توان بدیدارهای گفت که کار مستند تبلیغاتی‌اش حتماً خوب خواهد شد، مثال سراسر ملاقاتی بود که سیندا تبلیغاتی ساخت و خیلی هم مستند موفقش نبود. مساله بعدی این است که هر مستندسازی هم نمی‌تواند کار تبلیغاتی خوب بسازد، کار نموناش خود من که مستند آقای خیلی‌ای ساخته و مستند خوبی نبود و بیشتر مستندی بود که جنبه هنری داشت و خیلی تم تبلیغاتی و یادداشت. اما مستند آقای روحانی و ده‌هایی مستند، ساخت، خیلی خوب ساخته شد و شور و هیجانی که آن مستند داشت خیلی خوب و بجا است. از او. سابقه او شروع کرده و به امروز رسیده بود. روحانی در آن



مستندی که ده‌هایی برای روحانی ساخت، خیلی خوب بود. روحانی را در این مایش شاسی‌پلند نشان داد و گفت این رئیس‌جمهور بود و این نقش بازی نمی‌کند. به‌علاوه اینکه بعد از دوره احمدی‌نژاد می‌خواست بگوید که امر و زور بایک رئیس‌جمهور ساده‌زینست که ممکن است جامعه و کشور را به سمت خرابی ببرد، حالا دیگر آن ساده‌زینی خرد را در

این کشیدند بلند می شود، راه می رود... و این می شود نظر
از آن است که این مد نظر سازنده کار قرار گیرد و نظر
از است مخاطب این است مستند تاثیر قرار گیرد...
ما مطلقاً این را نمی دهد؛ اما در آن است که هر کسی درسی
چون اعتقاد را از بهر، اما امر در آن است که هر کسی حداقل این
فهم که کار گذشته است، این را برای این است که می گویم تا
این که خود مستند را می این جور باشد و واقعیت
این است پیشنهاد هم بشود قبول نمی کنم چون این مدل
بسیار ساده است و این است که به پیش نوبت می آید
این از احرار صلاحیت ندارد از بهر نظر قانونی و بهر

محدثرضا امامتلی، همساز با هم مرور مستندهای انتخابی است که طی ۱۰ سال گذشته ساخته شده‌اند، به «فرهیختگان» رفت؛ وقتی گفتی مستندهای این سال‌ها را می‌دانم، بعد غلتی در آید برای اینکه چرا مستندهای انتخابی ما موقوت نیست، بگویم، کند. عجله‌نا را ساختن است که باعث می‌شود مستندتقو نباشد. مهم‌ترین دلیل هم این است که خود انتخابتقو را و ده هفت سال بعد بخواد خودش را بداند معرفی کند. مثلاً در مستند پرتیر دنیا نمونا ایلهایی که مستندپروگاندا سیاسی موعوفند، کارهایی که بینیم که بسیار جذاب هستند، مثلاً در مستندهای ارمنی‌ها نمونه‌ای زیاده‌ارمید که آن‌ها مستندکاندا تکایش شخصیت است که عارضش چه چیز است و روی هم می‌آید، مستند ساخته می‌شود.

امامتلی، در ادامه صحبت‌هایش با اشاره به ویژگی‌های یک مستند درجه یک انتخابی است: گفت: در این مستندها بیشتر از اینکه خود موضوع، درخز پرتیر افرایش می‌زند و او می‌شود. اتفاقاً که در مستندسازی انتخابی ما کمتر می‌افتد. در نمونه مستندها خارجی به جای اینکه در کانداپیدا بکند تصویر ببینیم، از طالی او آگاه می‌شود، در مستندها ما نام مستند را در حالت مختلف خود دارد.

حقیق نداشتن، نمی‌توان مستند قوی ساخت. گاهی دو سال برای ساخت یک مستند انتخابی زمان لازم است.»

او در مورد حضور کارگردان‌های مشهور برای ساخت فیلم‌های تبلیغاتی می‌گوید: «ببینید در مورد این موضوع باید بگویم همیشه نزدیک به انتخاب فرصت برای کسب‌وکار زیاد است و شاید در یک بخشی از این کار قدرت لایه‌ی فیلسازان مطرح است که در معرض این انتخاب قرار می‌گیرند. یک بخش می‌به خود کارآندیاها برمی‌گردد که دوست دارند تا یک کارگردان مشهور مستندشان را بسازد. این اثر در همه دنیا وجود دارد. از منظر یک کارآندیا، اینکه یک کارگردان مشهور فیلم انتخابی‌اش را بسازد در ایران‌اش تأثیرگذار خواهد بود. البته طبیعی است که مطمئناً اتفاق نخواهد افتاد.»

اما فیللی معتقد است کارگردان‌های مشهور که کارآنداستانی و نمایشی انجام می‌دهند، به دنبال تصاویر و موقعیت‌های راسخا هستند و در پی بهره‌ی می‌گویند: «برای همین است که می‌بینیم این کارگردان‌ها کار حال‌بازی گرفتن از کارآندیا هستند و در نهایت فیلم‌هایشان شبیه فیلم‌های عروسکی می‌شود.»

او در مورد مستندهای موفق و ضعیف این

ساخت هستند، دیگر به یک کار روئینر در انتخابات
تصویر جمهوری تبدیل شده است، مستنداتی که از اسات
ریاست جمهوری از نامزدیها و انتخابات و نامزدهای آنها تهیه ا
دهند. به خاطر همین که اینها سیاست های نواید
که بودند انتخاباتی کار سختی را در پیش دارند و باید همه
که بودند تولید کرد و اثری نظر بگیرند. همین حسابست مباحث
شده تجربه ساختن این شکل نسبت به اختیار فیلسازان
آزموه شده است. به عنوان مهمی فعالیت نامزدی
در جمهوری به هرگز کار ساده ای نیست و بسیار پیچیده و
تا نامهای مشهور هنری امکانی برای جلب نظر رای دهندگان
باشد. این یک مستند است که در جمهوری اسلامی ایران
و باید آنچه ویدیوهای باشد که متفاوت از دیگر مستندهای
تبرزه است. به سراغ مستند سازان و خبری از آنها در مورد
اینکه مستندسازی برای انتخابات باید چه ویژگیهایی داشته
باشد، در دسترسیم.

حسین شقمذری، مستندسازی که سال‌هاست در عرصه مستند فعالیت می‌کند و ساخت یک مستند انتخاباتی را هم در کارنامه خود دارد در مورد ویرگی‌های ساخت یک مستند انتخاباتی می‌گوید: «مطمئن‌تر اینست که مستندسازان به توجیه به‌مانه‌های کلیه دارند، داشتن داستان و قصه بسیار مهم است و باید به‌سستی برود که حقیقتی را برای ما بازگو کند. این توجیه به‌حقیقتی که برای مخاطب روشن‌شود، بدون دغدغه‌ای در برای او بسازد. اما در مستند انتخاباتی با تبلیغاتی با یک شور و هیجانی رونده و رهنه و رهنه هستیم که باید نتواند مخاطب را دچار یک جوزدگی یا هیجان کند که دیگر آن قواعد سینمایی بر آن حاکم نیست.»

شعبری در ادامه به مستندی اشاره می کند که خودش برای سعید جلیلی ساخته است و از ویژگی های مستند انتخاباتی می گوید: «مستند تبلیغاتی علاوه بر اینکه باید شور و هیجان داشته باشد از یک مبنی بر شرایط اجتماعی طراحی شود. مستندسازان قبل از ساخت مستند باید بتوانند به یک نیاز امروز جامعه چه چیزی است، مثلاً در زمان آقای احمدی نژاد، بحث اشرافیت مسئولان خیلی داغ بود و مستندی که پدرم (جواد شعبری) برای محمود احمدی نژاد ساخت دقیقاً براساس همین موضوع بود. در مستند خانه او ارشاد شد که باید برخلاف شاهنامه، اشراف، دین گداز، انتخاب

فضا در مستند نشان‌دهنده این است که مستندساز می‌داند دقیقاً داغده و خواست جامعه چیست و دست روی همان موضوع گذاشته و برای همین بود که آن مستند دیده شد.^{۱۱} شقمردی درمورد دلایل عدم موفقیت یک مستند انتخاباتی می‌گوید: «بسیاری از این مستندهایی که در این سال‌ها برای انتخابات ساخته شده‌اند به لحاظ فرم و محتوا دارای اشکال

در سال ۱۳۸۰ که تعداد درآمدها به ۱۰ مورد رسید و چهارهی سیار گمانی به پیدایش آن‌ها داشتند، مورچه‌ری در مستندهای انتخابانی اتفاق افتاد که به‌همین مورد توجه جواد را جلب و شاید همزمان سینما را از خروارهی گزینش برانگیزد. درحالی که آن‌ها برخلاف قاعده برخورد بود. مستندسفیله‌ای که در دوره جشن سازانگان مستند انتخابانی خاصی بود و در ۱۳۸۰ به‌وای او داد و در دولتش مسئولیت اجرایی داشت، مستندپندایی‌گری را ختمی تاریخی را به‌همین دوره می‌الدین در مورد مورچه‌ری بود. که هم‌زمان مستند انتخابانی دو زبان مختلف را کارگردانی کرد، احمدتوکی و علی فلاحیان. در ۱۳۸۸ پس از گفتگوی پرونده‌ای در راست مستندهای انتخابانی برگ تازای او و پس از کار چهره‌ای مثل فلاحیان، مستند انتخابانی چهره‌ای مثل مهدی کربویی را ساخت. که در سازه مستند انتخابانی یک پنداندنی او به‌معنای چندانی نداشت و صرفاً به‌واسطه پول این کار از انجام به‌همین اوضاع جاری می‌شد.

در سال ۱۳۷۶ کسانی که مستندتهای انتخابات ریاست جمهوری را باخته، همگی فیلسازان داستانی نبودند، به فهرست مستندسازان تبلیغاتی سال ۱۳۸۰ هم که نگاه می‌کنیم، نام چند کارگردان و تهیه‌کننده داستانی و حتی نام بازیگر به چشم می‌خورد؛ اما از مستندسازان خبری نیست. این روند به نظر مواردی معدود، از آن روز تا حال همچنان ادامه داشته است. اگر توجه داشته‌ام در هر دوره برای عموم مردم هم که مستند انتخاباتی هر نامزدی را کدام کارگردان سینما یا چهره مشهور می‌سازد؛ در صورتی که اگر کار درست پیش می‌رفت، این نام‌ها باید به نفع برای عموم مردم، بلکه نهایتاً برای دنبال‌کنندگان حرفه‌ای تبلیغاتی مستند می‌باشد.

برین روز کرده، دره‌شان می‌پوشید تنها تگاه به این بقوله می‌رسیم
 که از کاست، نسبت و کثرت بوداشت سینه‌ها را در حصد انجم آن دست
 به‌طور غلط جا افتاده است اگر اوضاع روی روال درست بود،
 اما کارگران‌ها سینه‌ها را از طایفه‌ها نسبت به دست
 سینه‌ها اختیارات ریاست‌جمهوری چندانی نیست و دارند
 تا چه رسد به اینکه این کار را فرصتی برای کسب موقعیت‌های
 بهتر می‌پسند.

شاید ساخت مستندهای انتخاباتی ریاست جمهوری از سال ۱۳۹۶ بود که در ایران به جریان مهم تبدیل شد و در سال ۱۳۸۴ بود که نام کارگزاران با محوریت جبهه اهمیت پیدا کرد. در سال ۱۳۹۰ پژوهش فقهی و سیاسی‌الله داد که در دوران کارزارهای شهری و دهنده، مستندسازی را ساخته که بیش از آن سال‌ها را وزیر ارشاد بود. احمد مرادیور، سیاستی که تا آن روز تنها سجده آتش را از کارگزارانی کرده که هنوز بهترین فیلمش همان است، این روزها در ماهی می‌کرد. امیرای فیلمی خامی، یعنی علی‌اکبر تاق‌زور، این بهزاد بهزادیور بود که پشت دوربین پیوسته کار می‌کرد. توجه کرد که نمی‌توان پیروزی یک کاندیدا را معیاری برای موفقیت کارگزاران مستندآلبانی‌اش نظر گرفت و به‌عنوان راه‌داسازی کرد. به‌عبارتی گشای اجتماعی نمی‌توانی

واضح و بدیهه است که چنین روشی جدی صدماتی که بر جامعه تحمیل خواهد شد، این حتمی می‌تواند روی انتخاب شخصی که قرار است مستند انتخاباتی یک نامزد را بسازد، تاثیرگذار باشد، چون او بعدها ممکن است نتایج انتخابات را بداند و با آن به حساب خود را تمام کند یا نام خود را از نام خود را به نفع دیگر کسب جایگاه‌های آشنایی بدیرفته باشد؛ پس در این صورت هر نامزدهی که راشی سپهرپوزی را در جدی می‌بیند باید در انتخاب کارگزاران مستند انتخاباتی‌اش این اعتبار را هم در نظر بگیرد که این‌ها حاضر است به به ۲۴ سال بدیده‌اند. این رسم غلط قبیحاً از رویی که در ۱۳۸۱ سال پیش، ساخت مستندهای انتخابات ریاست‌جمهوری ایران جدی شد، به راه افتاد و تا به‌حال همچنان ادامه یافته‌است. حتی باید به این توجه کرد که گاهی مسئولان قیماضیان به سهولت برای ساخت مستند انتخاباتی یک نامزد کمکست‌خورده، در دولت پدیده‌های سودر بی‌پایه‌های قرار گرفته‌اند. این بساط شوم تا به‌حال صدماتی جدی به سیمانی‌های زده و زدن که بنا به‌دایره‌ی ناسام‌ا‌ا‌ا‌ا‌ا سیمانی‌ها در فزایدی هر انتخاباتی را رقم می‌زند.

به‌عبارتی تپرس مستند جهان هم می‌تواند برای کاوشی که در قلمش روز هماهنگی نیست با نیازهای قابل‌یابی برای آن به‌صاحب می‌آید، فیلم موزی سازد. مستندها باید ساختار فکرمندی شصیت‌ها به هماهنگ باشند. مثلا مستند هاشمی رفغانی در سال ۱۳۸۲ چنین بود: هاشمی پوروز اخباریات شد و مستند اخباریات احمدی‌نژاد در سال ۱۳۸۸ در هم همین‌نحوه، اما مستندهای جدید کارگردان بسیار مشهور سینمای داستانی ایران - مرچندایسم موسوی در اینک دوره - ساخته، هیچ کارکرد خاصی نداشتند جز اینکه خبر پیوستن این کارگردان به به‌عین تبلیغاتی فانی‌نژاد از عمومی کرد. به‌عین بیشتر از خود مستندها، فانی‌نژاد برای فانی‌نژاد می‌گفتند، مستندسازی اخباریات براساس فانی‌گفتند، نیازمندی‌ها، اجزله موزی‌های است که بی‌نیاز ۲۴ سال، جز در موزی‌های مقدود، معمولا مغفول واقع شده و کارها را در بستر اصلی‌شان چار اختلال کرده است.

فرہنگ نگار

تلفن: ۶۶۳۴۸۰۴۶-۶۶۳۴۸۰۱۸ (۰۲۱)
فکس: ۶۶۳۴۸۰۱۷ (۰۲۱)

میا : a66348018@gmail.com

دستگاه مناقصه گذار: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

[illegible][illegible]