

پایان یک مدیوم جذاب؟



عاطفه جعفری خبرنگار گروه فرهنگ

یکی، دو روز اخیر از طریق چند واسطه با مسئولان ستادهای انتخاباتی نامزدهای ریاست جمهوری تماس گرفتیم تا نشانه‌هایی از تلاش آنها برای ساخت مستند انتخاباتی را جویا شوم. نتیجه و جواب‌ها عجیب و البته قابل تامل بودند. ظاهراً مستندهای انتخاباتی دیگر جزء برنامه‌های اولویت دار ستادهای انتخاباتی نامزدهای ریاست جمهوری نیست. هنوز هیچ نامی از فیلمسازی در رسانه‌ها منتشر نشده و در گفت‌وگویی که با چند نفر از اعضای ستادهای انتخاباتی این ۶ نامزد داشتیم، تأکید شد اگر بخواهند مستندی هم بسازند نامی از فیلمسازان این آثار در رسانه‌ها منتشر نمی‌شود. به جدول پخش برنامه‌های تبلیغاتی نامزدهای چهاردهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری که نگاه می‌کنیم، روز یکشنبه ۲۷ خردادماه، مستندهای مصطفی پورمحمدی و امیرحسین قاضی‌زاده‌هاشمی پخش خواهند شد. همچنین روز سه‌شنبه ۲۹ خردادماه مستندهای سعید جلیلی و مسعود پزشکیان پخش می‌شوند و روز چهارشنبه ۳۰ خردادماه، نوبت پخش مستندهای محمدباقر قالیباف و علی‌رضا زاکانی از شبکه یک سیما است.

یکی از کلیدی‌ترین برنامه‌های تبلیغاتی نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری، مستندهای انتخاباتی است. این جنس محتوای تبلیغاتی در دنیا مرسوم بوده و هست و در ایران هم از دهه ۱۳۷۰ به بعد سروشکل گرفت تا از این طریق علاوه‌بر تبیین و بسط‌گفتن انتخاباتی خود برای اداره کشور از این رهگذر با افکار عمومی و مخاطبان خود ارتباط برقرار کنند. همین نامزدها برای تولید یک مستند انتخاباتی کار سختی را در پیش دارند و باید همه جوانب تولید یک اثر را در نظر بگیرند. حساسیت‌ها باعث شده تجربه ساخت این شکل مستند در اختیار فیلمسازان آموخته شده قرار گیرد. معمولاً هم تیم‌های تبلیغاتی نامزدهای ریاست جمهوری سراغ کارگردان‌های معروف سینما می‌روند تا نام‌های مشهور هنری امکانی برای جلب نظر رای دهندگان باشد و از این طریق بتوانند با قشر هنری هم ارتباط برقرار کنند. یک نکته مهم در ساخت این آثار این است که در سال‌های ابتدایی، کارگردان‌های بزرگ و شناخته‌شده برای اینکه این فیلم‌ها را بسازند، با هم رقابت می‌کردند، اما در سال‌های اخیر یا کمتر سراغ تولید یک مستند سیاسی می‌روند یا اگر هم تصمیم دارند در فرصت کوتاهی این مستند را بسازند، نام‌شان مخفی بماند. در گزارش امروز سراغ مستندهای انتخاباتی رقیتم که در این سال‌ها و به فراخور انتخابات‌های مختلف ساخته شده است.

آغازراه مستند انتخاباتی

از هفتمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در سال ۱۳۷۶ مستندهای انتخاباتی وارد رقابت‌های انتخاباتی ایران شد. قرار بود این مستندها، راوی ابعاد نادیده و ناگفته‌ای از زندگی خصوصی سیاستمدارانی باشد که سودای ریاست جمهوری در سر داشتند؛ موضوعی که تا پیش از آن کمتر در جامعه نمود داشت و مردم خبری از زندگی خصوصی این سیاستمداران نداشتند. تا قبل از این برخی فیلم‌ها و مستندها گوشه‌هایی از زندگی خصوصی و کاری تعدادی از سیاستمداران، ازجمله شهید محمدعلی رجایی و اکبر هاشمی‌رفسنجانی را به تصویر کشیده بودند و خانه و زندگی آنان از درچه‌نیز دوربین برای مردم به نمایش درآمده بود، اما پخش مستندهای انتخاباتی از سیاستمداران، ایده‌ای بود که از سال ۱۳۷۶ به عرصه اجرا رسید و توانست توجه ویژه مردم را هم جلب کند. سیاستون برای این کار سراغ هنرمندان رفتند و البته در آن زمان اسم این کارگردان‌ها که شروع به ساخت مستند کردند، نام برده نشد و سال‌ها بعد مشخص شد آنها این کار را شروع کردند. محتوای کیفی فیلم‌ها بیشتر معطوف به بیانیه‌ها و شعارهای تبلیغاتی کلیشه‌ای بود که نشان می‌داد راه زیادی تا بهره‌گیری مناسب از ظرفیت‌های سینمایی برای معرفی کاندیداهای انتخابات ریاست جمهوری به مردم وجود دارد و با اینکه کارگردان‌ها شناخته شده بودند اما ساخت مستند سیاسی انگار برایشان سخت بود.

در آن زمان سیف‌الله داد، بهروزافخمی و احمد مرادپور، مستندسیدمحمد خاتمی را ساختند. علی‌اکبر ناطق‌نوری برای ساخت فیلم تبلیغاتی خود سراغ بهزاد بهزادپور رفت که در ژانر سینمایی دفاع‌مقدس فعالیت می‌کرد.

چارسو

بازگشت پرندگان خشمگین به سینما

به گزارش مهر به نقل از ددلاین، انیمیشن بلند «انگری برز۲» در دست ساخت است. قسمت سوم رد و چاک را با صداپیشگی دوباره جیسون سودیکس بازیگر «تد لاسو» و جاش گد صداپیشه «پیخ‌زده» بازی‌گرداند. درحالی‌که اطلاعات بیشتری در این مورد ارائه نشده، اما با توجه به موفقیت فیلم ۲ اول «پرندگان خشمگین» که در مجموع بیش از نیم میلیارد در سراسر جهان فروش داشتند، ساخت فیلم سوم هم مد نظر قرار گرفته است. سونی شریک توزیع ۲ فیلم اول بود که براساس بازی‌های محبوبی به همین نام ساخته شدند.

کارگردانی فیلم سوم را جان رایس که سازنده پرندگان خشمگین دوم بود، انجام می‌دهد. فیلمنامه توسط تورپ و ون اورمان، نویسنده فیلمنامه فیلم دوم نوشته خواهد شد که در کنار تورو ناگاهارا از انیمیشن «سونیک خارپشت» تهیه‌کننده اجرایی نیز خواهد بود.

پرندگان خشمگین، ابتدا به کارگردانی کلی کایتیس و فرگال ریلی در سال ۲۰۱۶اگران شد. این فیلم براساس بازی‌های ویدئویی به همین نام ساخته شد و در کنار جیسون سودیکس و جاش گد، دنی مک‌براید، بیل هادر، مایا رودولف و پیتر دینکلیج نیز در این فیلم صداپیشگی کرده‌اند. دنباله این فیلم هم سال ۲۰۱۹ اگران شد. شخصیت اصلی این فیلم‌ها درباره «رد» پرنده مهربان و درمستکاری است که یک مشکل اساسی دارد و خیلی زود عصبانی می‌شود و همه چیز را به هم می‌زند. او به دستور شهردار مجبور به شرکت در کلاس‌های فوق برنامه کنترل خشم می‌شود و در آنجا دوستان خوبی پیدا می‌کند.

محمد محمدی‌ری شهری هم ساخت فیلم تبلیغاتی خود را به یوسف مناجاتی، حسین فردرو و اسدالله ایمن سپرد و رضا زواره‌ای هم سراغ رسول صدرعاملی رفت. بررسی محتوای سیاسی نخستین مستندهای تبلیغاتی انتخابات ریاست جمهوری درسال ۱۳۷۶ نشان می‌دهد، طرح مباحثی مانند قانون‌گرایی، آزادی و «ایجاد جامعه متفکر» که از سوی خاتمی مطرح شد و ارائه روایت‌های تازه از یک سیاستمدار، با اقبال مخاطبان مواجه شد و تأثیر بسزایی بر گرایش انتخاباتی آرای خاکستری جامعه داشت و نقشی محوری در ایجاد شور انتخاباتی در کشور ایفا کرد.

نمایش بغض‌های خاتمی در مستند درویش

انتخابات هشتمین دوره ریاست جمهوری، در خرداد ۱۳۸۰ گویی به یک سبک جدید در شیوه‌های تبلیغاتی رسیده بود و همه می‌دانستند اگر تبلیغات را بر همین مداری که شکل گرفته است، پیش نیند، موفق نخواهند شد. تجربه انتخابات هفتمین دوره هم به کمک نامزدها آمد و آنها را برای ساخت مستندهای تبلیغاتی و سپردن کار به اهالی هنر، تشویق کرد. برای این دوره، کارگردان‌های شناخته‌شده‌تری وارد گرد شدند و ساخت فیلم نامزدهای ریاست جمهوری را برعهده گرفتند. احمدرضا درویش، فیلم محمد خاتمی را ساخت. احمد توکلی سراغ ضیاء‌الدین دری رفت. علی‌شمخانی فیلم انتخاباتی‌اش را با مشاوره مجید مجیدی و سیف‌الله داد ساخت. جمال شورجه فیلم شهاب‌الدین صدر را ساخت، سعید ابوطالب کارگردانی فیلم حسن غفوری فرد را به عهده گرفت و درنهایت سعید جلیلووند هم فیلم منصور رضوی را ساخت. اما در این دوره، برد اصلی را محمد خاتمی کرد، چون احمدرضا درویش با آن نگاهی که در فیلمسازی داشت، توانست نگاه همه مخاطبان و مردم را به سمت این فیلم تبلیغاتی بکشد و درنهایت تأثیر قابل‌توجهی بر مخاطبان برجای بگذارد. البته در سال ۱۳۷۶ هم فیلم خاتمی تأثیر زیادی در انتخاب او از سمت مردم گذاشت. بعدها کارشناسان این گزاره را مطرح کردند که بغض‌های خاتمی در روز ثبت نام در انتخابات ریاست جمهوری که به شکل دراماتیکی در این فیلم به تصویر کشیده شد، در پیریزی وی نقش غیرقابل‌انکاری داشت و توانست روایتی بصری از مشکلات دولت نخست اصلاحات را برای مخاطبان تصویرسازی کند.

میان دهه ۸۰ و ورود بیشتر چهره‌ها

با ورود به میانه دهه ۸۰ و انتخابات نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری درسال ۱۳۸۴، مستندها به یکی از اصلی‌ترین محتواهای تبلیغاتی نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری تبدیل شدند. برای همین باز هم چهره‌های شناخته‌شده عرصه هنر در این حوزه ورود کردند و سعی داشتند روایت‌های متفاوتی از این افراد ارائه بدهند. هاشمی‌رفسنجانی که بعد از چند سال به عرصه سیاست اجرایی برگشته بود برای ساخت مستند انتخاباتی‌اش سراغ کمال تبریزی رفت و تبریزی هم در روایتش سعی کرد از تردیدهای هاشمی‌رفسنجانی برای حضور دوباره در عرصه انتخابات بگیرد. روایت هاشمی از لحظه‌های غریبش و دغدغه‌های او برای قضاوت تاریخ که با صدای خودش روایت می‌شد، تأثیر زیادی هم بر مخاطبان گذاشت. محمود احمدی‌نژاد که تقریباً برای مردم شناخته شده نبود و قبل از این خیلی ورود سیاسی او از ندیده بودند، سراغ مفهوم عدالت رفت؛ موضوعی که مردم در آن زمان و هنوز هم تشنه شنیدنش هستند. جواد شمقدری که فیلم انتخاباتی احمدی‌نژاد را ساخت، سعی کرد تصویری ضدفساد و عدالت‌گستر از او به تصویر بکشد. نمایش سکانس‌هایی از سخنرانی‌های احمدی‌نژاد در مسجد مهدویه کرج، وریکدرهای انتخاباتی او را به تصویر می‌کشید که نسبتاً هم توانست تأثیر قابل‌توجهی بر مخاطبان بگذارد. فیلم‌های تبلیغاتی دیگر کاندیداهای نیز اگرچه نگاه‌ها را به خود جلب کرد، اما نتوانست در کارزار انتخاباتی تأثیر ویژه‌ای داشته باشد. مهدی فخیم‌زاده برای علی‌لاریجانی فیلم ساخت. رسول ملاقلی‌پور روایتی از محسن رضایی به تصویر کشید، بهروزافخمی روایتگر دلایل مهدی کروبی برای حضور در انتخابات ریاست جمهوری شد و رخشان بنی‌اعتماد هم فیلم تبلیغاتی مصطفی معین، کاندیدای اصلی اصلاح‌طلبان را کارگردانی کرد.

وقتی فیلم‌های انتخاباتی عاطفه‌اش بیشتر از سیاست شد

سال ۸۸ و دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری، فضای دیگری را

در رقابت‌های انتخاباتی شکل داد، اینکه مردم به خیابان‌ها بیایند و خودشان برای کاندیدای مورد نظرشان تبلیغ کنند. سال ۸۸ مستندهای انتخاباتی در فضای سیاسی بسیار تأثیر گذاشت و نقش زیادی در مشارکت مردم داشت.

البته در این دوره، مناظره‌های انتخاباتی هم شکل دیگری گرفت و حدوداً ۵۰ میلیون نفر مخاطب این مناظره‌ها بودند. کارگردان‌ها که دیگر تجربه ساخت فیلم‌های انتخاباتی را داشتند، این بار هم سیاست را مد نظر قرار داده و هم سعی کردند بار عاطفی فیلم‌ها را بیشتر کنند.

مجید مجیدی، احمدرضا درویش و مهدی کرم‌پور در فیلم تبلیغاتی میرحسین موسوی سعی کردند با روایتی که جلو می‌برند، اقبال جامعه را به کاندیدای اصلاح‌طلبان به تصویر بکشند. جواد شمقدری، راوی تلاش‌های احمدی‌نژاد در اداره کشور و رسیدگی به مستضعفان شد. علی معلم و بهروز افخمی نیز برای مهدی کروبی فیلم ساختند و محمدعلی فارسی فیلم تبلیغاتی محسن رضایی را کارگردانی کرد.

مشکلات جامعه در مستندهای تبلیغاتی

مستندهای تبلیغاتی کاندیداها در یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری درسال ۱۳۹۲ تأثیر قابل‌توجهی در رویکرد افکارعمومی نسبت به نامزدها داشت. حسین دهباشی، کارگردان فیلم‌های تبلیغاتی حسن روحانی که بعدها حاشیه‌های بسیاری پیرامون فعالیت‌های انتخاباتی او برای رئیس‌جمهور منتخب به وجود آمد، کوشید از درچه نگاه روحانی به مشکلات جامعه نظر کند و گردش بدون لباس روحانی او در شهر نمودی از رهیافت دغدغه‌محور برای رفع مشکلات کشور بود.

در این دوره بهروز شعبی برای محمدباقر قالیباف فیلم ساخت و محمدحسین لطیفی هم برای علی‌اکبر ولایتی وارد میدان شد. حسین شمقدری کارگردانی فیلم انتخاباتی سعید جلیلی را برعهده گرفت. مجید برزگر کارگردانی مستند محمدرضا عارف را برعهده گرفت و اسماعیل فلاح‌پور برای محسن رضایی فیلم ساخت. در این میان، اما فیلم تبلیغاتی حسن روحانی که با نماد کلید به عرصه انتخابات آمده بود، توانست اقبال جامعه را به همراه داشته باشد.

آغاز دوره فیلمسازی پنهانی

در انتخابات ۱۳۹۶، مسیر مستندسازی انتخاباتی تغییر کرد و ظاهراً فیلمسازان تمایلی نداشتند عنوان‌شان در پروژه‌های تبلیغاتی نامزدهای ریاست جمهوری قرار بگیرد. مستندها بیشتر به مشکلات سیاسی-اقتصادی کشور می‌پرداخت. البته این را نباید از قلم بیندازیم که تأثیرگذاری مستندهای تبلیغاتی همچنان زیاد بود. فیلم تبلیغاتی حسن روحانی که ابتدا گفته شد کارگردانی آن برعهده محمدحسین مهدویان بوده بعداً از سوی او تکذیب شد.

در مستند تبلیغاتی ابراهیم رئیسی نیز که در سال ۱۳۹۶ رقیب جدی حسن روحانی بود، مشکلات سپرده‌گذاران موسسات مالی به تصویر کشیده و بخش‌هایی از استقبال پرشور و تاریخی مردم در استان‌های مختلف از رئیسی و حضور او در روستاها پخش شد و دغدغه این کاندیدای انتخابات ریاست جمهوری برای برخورد و اصلاح وضعیت فساد، فقر، بیکاری و محرومیت مستضعفان محور اصلی این مستند بود. نام کارگردان مستند رئیسی را مهدی نقویان عنوان کردند اما این موضوع تأیید رسمی نشد. البته در این دوره همه کاندیداهای مستند انتخاباتی داشتند اما مستندهای تبلیغاتی روحانی و رئیسی توجهات بیشتری را به خود جلب کردند.

کلی‌گویی به جای جزئیات جذاب

سال ۱۴۰۰ همان رویه ۹۶ دنبال شد و نام کارگردان‌های مستندهای تبلیغاتی براساس حدس و گمان بود، دلیل این اتفاق مشخص نبود، اما چیزی که معلوم بود و شد اینکه دیگر کارگردان‌ها نمی‌خواستند اسم‌شان درکنار اسم سیاستون قرار بگیرد، حتی اگر فیلم‌های تبلیغاتی را بسازند. سال ۱۴۰۰، ابراهیم رئیسی، محسن رضایی، سعید جلیلی، محسن مهرعلیزاده، علیرضا زاکانی، عبدالناصر همتی و قاضی‌زاده‌هاشمی کاندیداهای سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری بودند. کلی‌گویی در تولید مستندها، دور شدن از فضای شخصی و ماندن در مسائلی که مردم هم آن را می‌دانند بدون اینکه جوابی برایشان باشد. در این دوره تنها اسمی که به عنوان کارگردان مطرح شد، مهدی نقویان بود که از او به عنوان کارگردان فیلم تبلیغاتی ابراهیم رئیسی یاد می‌کردند.

جرج کلونی باگرگ‌ها می‌رقصد

به گزارش صبا، گرگ‌ها تازترین فیلم سینمایی جرج کلونی در مقام بازیگر، ۲۰ سپتامبر (سی‌ام شهرپور) روی پرده سینماهای جهان می‌رود. این بازیگر می‌گوید مدت‌ها در انتظار بازی در چنین فیلمی بوده است. این کمدی درام اکشن و هیجانی برد پیت را هم در یکی از دو نقش اصلی دارد. کلونی که از بازی در «گرگ‌ها» بسیار راضی به نظر می‌رسد، می‌گوید مدت‌ها بود که می‌خواست در چنین فیلمی بازی کند.

این بازیگر گفت: «بعد از یکی دو فیلم درام و اجتماعی که کارگردانی کردم یا بازیگر آنها بودم، دلم می‌خواست در یک اکشن سطح بالا و مهیج ظاهر شوم. زمانی که فیلمنامه گرگ‌ها را خواندم، عمیقاً احساس کردم این همان فیلمی است که منتظر بودم تا به من پیشنهاد شود و بلافاصله جواب مثبت دادم.»

داستان فیلم گرگ‌ها، درباره دو دلال مستقل است که برای انجام یک کار مشترک دعوت به کار می‌شوند. هر یک از این دو دلال، تمام تلاش و توان خود را به کار می‌گیرند تا بتوانند کار محول شده را به نحو احسن انجام داده و دیگری را مغلوب کنند. اما شرایط به سمتی پیش‌بینی نشده می‌رود و اوضاع برای هر دو دلال سخت و مشکل می‌شود.

برد پیت در این درام اکشن هیجانی نقش مقابل کلونی را بازی کرده است. این دو که دوستان صمیمی هستند و قبل از این هم در چند فیلم دیگر (از جمله «یازده یار اوشن») با یکدیگر همکاری بوده‌اند، بعد از ۱۶ سال دوباره با یکدیگر همکاری شده‌اند.



مل بروکس به چهارمین چهره خاص سینمای جهان بدل شد

به گزارش مهر، مل بروکس در مراسم اهدای جوایز پبیادی، در کنار کوینننا برانسون و «پیشمازان فضا»، جایزه‌ای بالاتر از ۳۲ جایزه‌ای را دریافت کرد که به تولیدات تلویزیونی، پادکست‌ها و رسانه‌های دیجیتال اهدا شد.

مل بروکس با دریافت جایزه افتخاری پیبادی EGOT خود را به PEGOT ارتقا داد و به این ترتیب پس از باربارا استرایسند، ریتما مورینو و مایک نیکولز چهارمین فردی شد که جایزه پیبادی، امی، گرمی، اسکار و تونی را دریافت کرده است. در این مراسم بیلی کریستال این جایزه را به بروکس اهدا کرد. کریستال به جمعیتی که گرد آمده بودند، گفت: «مل نابغه‌ای است که معتقد است کمدی باید مرزها را جابه‌جا کند.» وی افزود: «مل یکی از دلایل بزرگی است که من وارد دنیای کمدی شدم و نبوغ بی‌پاکانه و طنز مرزی او از روز اول چراغ راهنمای من بود.» وی تأکید کرد: «بیش از ۷۰ سال است که مل ما را سرگرم کرده است. فقط می‌خواهم از شما بپرسم، بدون او کجا بودیم؟»

بروکس در سخنرانی خود به شوخی گفت: «مطمئن نیست که این پیبادی برای چه چیزی اهدا شده؟ برای خوش قیافه بودن یا مهارت در دنیای الکترونیک؟»

وی در ادامه شوخی خود گفت دوست دارد بگوید با فروتنی این جایزه را پذیرفته است و افزود: «اما من متواضع نیستم... فروتنی از واژگان من نیست، پیش از این شماری برجسته از چهره‌های محترم و ارزنده برنده این جایزه شده‌اند و حالا من احساس می‌کنم شما واقعاً من را می‌خواهید.»