



می‌دهیم، باید پاتوق انیمیشن داشته باشیم. حوزه‌ها باید تفکیک شوند تا فیلمساز در هر حوزه احساس امنیت و هویت کند.

در سینمای تجربی هم بعد از یک دوره وقفه، تلاش کرده‌ایم دوباره تولید فیلم‌های کم‌بودجه، هنری و جسورانه را فعال کنیم. این بخش هم باید دوباره وارد بازی سینمای ایران شود.

● **درباره حجم تولید هم صحبت کنیم. مرکز گسترش در یک دوره به ۱۲۰ تولید مستند رسید. این افزایش کمی با کیفیت در تضاد نیست؟**

از زمانی که من آمدم، تولید مرکز معمولاً حدود ۴۰ تا ۵۰ اثر بود. در سال ۱۴۰۰ به ۱۲۰ تولید رسیدیم که برای مستند عدد بسیار بالایی است. میانگین تولید ما در این سال‌ها هم کمتر از ۷۰ نشده و امسال حدود ۸۰ تولید مستند داریم.

اما نکته مهم این است که فیلم مستند الزاماً در یک سال ساخته نمی‌شود. برخی پروژه‌ها یک تا دو سال زمان می‌برند. ما در این سال‌ها روی کنترل پروژه و مدیریت تولید خیلی جدی کار کرده‌ایم. نمی‌خواهیم تولیدات با پایان باز وارد سیستم شوند و چند سال بلاتکلیف بمانند. یکی از نتایج این سیاست را در جشنواره سینماحقیقت می‌بینیم. گاهی ۳۰ تا ۵۰ اثر از تولیدات مرکز امکان حضور در جشنواره پیدا کرده‌اند. این نشان می‌دهد تولیدات از نظر تعداد و کیفیت به یک سطح قابل توجه رسیده‌اند.

● **بخش مهمی از تولیدات اخیر مرکز گسترش به جنگ ۱۲ روزه مربوط می‌شود. دلیل تعدد این آثار چیست؟**

ما در جنگ ۱۲ روزه به این نتیجه رسیدیم که اگر فیلمساز بخواهد دو سال بعد درباره این واقعه فیلم بسازد، بخشی از حقیقت را از دست داده است. بنابراین تولیدات زودبازده را تعریف کردیم و زمان ساخت را پایین آوردیم. به فیلمساز گفتیم به جای فیلم ۳۰ یا ۴۰ دقیقه‌ای، فیلمی ۱۰ تا حداکثر ۱۵ دقیقه‌ای بساز. در نهایت ۲۲ فیلم تولید کردیم. همه این فیلم‌ها هم لزوماً از نظر کیفیت در یک سطح نبودند. اما برای ما مهم بود که ۲۲ نگاه متفاوت از زنان و مردان فیلمساز درباره یک واقعه تاریخی ثبت شود. حتی همه آنها وارد بخش رقابتی نشدند، اما به احترام فیلمسازانی که در آن شرایط سخت برای ثبت لحظه‌های مقاومت و رنج مردم تلاش کردند، همه را در بخش ویژه ایران جشنواره نمایش دادیم.

به نظرم این ۲۲ فیلم سند هستند. آیندگان ممکن است به کیفیت تدوین یا فیلمبرداری آنها امتیاز بدهند یا ندهند، اما اصل ثبت واقعه اهمیت دارد.

● **در شرایط بحران، نهادهای مختلف هم‌زمان سراغ یک موضوع می‌روند. چطور تلاش کردید تولیدات مرکز تبدیل به تکرار روایت‌های سایر نهادها و حتی تولیدات خود مرکز نشود؟**

دقیقاً یکی از دغدغه‌های ما همین بود. تاکید کردیم نباید وارد فضای خبر و رسانه شویم؛ چون رسانه‌های دیگر این کار را انجام می‌دهند. ما باید مأموریت خودمان را پیدا کنیم. برای همین بخشی از تولیدات را به حوزه بین‌الملل بردیم. گفتیم اگر قرار است یک موضوع داخلی را روایت کنیم، باید طوری باشد که مردم دنیا هم بتوانند با آن ارتباط بگیرند. حتی در انتخاب سوزها تلاش کردیم با سایر نهادها هم‌پوشانی نداشته باشیم. اگر می‌دیدیم سازمان اوج، سوره یا تلویزیون روی موضوعی کار می‌کنند، لزوماً وارد همان موضوع نمی‌شدیم.

● **بعضی مستندسازان در زمان جنگ از محدودیت مجوز و فیلمبرداری گلایه داشتند. مرکز گسترش برای حل این مشکل چه کرد؟**

در جنگ ۱۲ روزه سخت‌گیری وجود داشت، اما نسبت به چیزی که بعضی دوستان می‌گویند، وضعیت این طور نبود که هرکس اراده کرد نتواند فیلم بسازد.

فیلمساز شناخته‌شده‌ای که می‌خواست کار کند، اگر به ما مراجعه می‌کرد، یا به اوج و حوزه‌های دیگر مراجعه می‌کرد، مسیرهایی وجود داشت. البته بعضی جاها امکان فیلمبرداری

نبود. شما نمی‌توانید در یک وضعیت امنیتی خاص هر تصویری را هر جا که خواستید ثبت کنید. ما برای اینکه مسیر فیلمسازان ساده‌تر شود، تبدیل به ضامن آنها شدیم. فیلمساز می‌آمد و می‌گفت درباره چه موضوعی کار می‌کند. یک سیناپس یک صفحه‌ای می‌گرفتیم، نامه مرکز را می‌دادیم و به نهادهای امنیتی معرفی می‌کردیم که این فیلمساز با مرکز گسترش کار می‌کند. بعد دیگر دخالت زیادی نمی‌کردیم. می‌گفتیم کار را بساز. این مسیر برای تعداد قابل توجهی از فیلمسازان جواب داد.

● **یکی از بحث‌های جدی مستندسازان، صحبت اخیر رئیس صداوسیما درباره نبود بودجه مشخص برای مستند بود. شما این صحبت را چطور ارزیابی می‌کنید؟**

تلویزیون باید در خرید و پخش مستندها نقش جدی‌تری داشته باشد. یک مشکل اساسی، قیمت خرید مستند است. مستندساز ممکن است یک یا دو سال برای فیلمش زحمت بکشد، اما تلویزیون هنوز قیمت واقعی برای این تولیدات تعیین نکرده است. در اقتصاد تولید، تولیدکننده انبوه قیمت را تعیین می‌کند. وقتی شما ۷۰ یا ۸۰ مستند تولید می‌کنید، در بازار اثر می‌گذارد. تلویزیون هم چون تولیدکننده و خریدار بزرگ است، عملاً روی قیمت مستند تأثیر دارد. از طرف دیگر، فیلمی که در جشنواره سینماحقیقت نمایش داده شده، از فیلترهای مختلف عبور کرده است. تلویزیون می‌تواند با سازوکاری آسان‌تر این آثار را برای پخش عمومی خریداری کند. من همیشه می‌گویم خانه اصلی مستند تلویزیون است. پلتفرم‌ها کاملاً اقتصادی هستند و وقتی بحث سود و سرمایه وسط بیاید، مستند معمولاً آسیب می‌بیند. تلویزیون باید برای مستند یارانه فرهنگی قائل شود.

● **این مشکل فقط اقتصادی است یا ریشه فرهنگی هم دارد؟**

به نظرم ریشه فرهنگی هم دارد. تلویزیون سال‌ها مستند را برنامه‌ای حاشیه‌ای دیده و سریال و درام را اصل دانسته است. در حالی که تلویزیون‌های دنیا می‌دانند باید سبد خانواده را متنوع کنند. زمانی مستندهایی درباره آفریقا، هند، فرهنگ ایران و موضوعات مختلف ساخته می‌شد که در کنار سریال و فیلم‌های سرگرم‌کننده، نگاه دیگری به مخاطب می‌داد.

اگر تلویزیون فقط یک قیمت مناسب و یک سازوکار آسان‌تر برای خرید آثار داشته باشد، بخش زیادی از مستندسازان نگاهشان به نمایش عمومی آثارشان تغییر می‌کند.

● **شما سال‌هاست جشنواره‌های خارجی را از نزدیک دنبال کرده‌اید. به نظر می‌رسد نگاهتان به جشنواره‌ها چندان خوش‌بینانه نیست.**

جشنواره فرصت است، اما کافی نیست. من هیچ‌وقت نمی‌گویم جشنواره‌ای را تحریم کنیم. هر درجه‌ای که امکان پخش فیلم ما را فراهم کند، خوب است. اما فیلمساز نباید تصور کند تمام جهان سینما در جشنواره خلاصه شده است. جشنواره‌ها سازوکارهای خودشان را دارند و بعضی از آنها کاملاً سیاسی‌اند. جشنواره‌های بزرگ جهان فقط با معیار هنری تصمیم نمی‌گیرند. سیاست، اقتصاد، فشار افکار عمومی و رقابت میان

خود جشنواره‌ها هم تأثیر دارد. امسال در جشنواره ونیز در موضوع فلسطین این مسئله را به‌وضوح دیدیم. واکنش جشنواره‌ها در سال‌های اخیر تا حدی تحت تأثیر فشار افکار عمومی و رقابت‌های سیاسی بود. من حتی معتقدم جشنواره‌های بزرگی مثل کن، برلین و ونیز گاهی به دنبال «گلا دیاتور» خودشان هستند؛ فیلمسازی از یک منطقه، کشور یا جامعه که برایشان جذابیت رسانه‌ای داشته باشد. این به معنی زیر سؤال بردن هنر آن فیلمسازان نیست. بحث من درباره سیاست‌گذاری جشنواره‌هاست. مشکل اینجااست که یک فیلمساز ممکن است چند سال مورد توجه باشد و بعد ناگهان تاریخ مصرفش تمام شود. دیگر فیلم بعدی‌اش را نمی‌خواهند. این وابستگی می‌تواند فیلمساز را ناامید کند.

● **اگر فیلمی با سیاست‌های مرکز همخوان نباشد اما از نظر هنری بسیار قدرتمند باشد، آیا از آن حمایت می‌کنید؟**

اگر محتوای فیلم با چارچوب‌های ما موریتی مرکز همخوان نباشد، ممکن است حمایت نکنیم. من به‌عنوان مدیر یک نهاد حاکمیتی نمی‌توانم هر فیلمی را فقط به خاطر ارزش هنری‌اش حمایت کنم. این دو مسئله متفاوت است؛ ممکن است فیلمی از نظر هنری فوق‌العاده باشد، اما محتوایی داشته باشد که مرکز امکان حمایت از آن را ندارد. چنین اتفاقی افتاده و فیلم‌هایی بوده‌اند که ما نتوانستیم از آنها حمایت کنیم و بعداً هم شاید در جشنواره‌های مختلف موفق شده‌اند.

● **یکی از اهداف مرکز گسترش، ارائه تصویری مثبت از ایران در عرصه بین‌المللی است. تصویر مثبت الزاماً به معنای نشان ندادن مشکلات است؟**

نه، تصویر مثبت به این معنا نیست که همه‌چیز گل‌ولبل باشد. اگر یک فیلم درباره آسیب اجتماعی ساخته شود، الزاماً سیاه‌نمایی نیست. مثلاً فیلمی درباره اعتیاد و یک کمپ زنان داشتیم که فیلم بسیار تلخی بود، اما در عین حال یک نقطه روشن داشت؛ انسان‌هایی که در آن محیط تلاش می‌کنند مشکلات را حل کنند. فیلم در جشنواره مسکو هم پذیرفته شد. ما نمی‌خواهیم فقط طبیعت ایران را نشان دهیم و از دماوند و البرز فیلم بگیریم. فیلمساز باید مسائل بومی خودش را روایت کند. اگر آن درد انسانی را درست روایت کند، مخاطب در آمستردام یا پکن هم می‌تواند با آن ارتباط برقرار کند. اشتباه آنجاست که فیلمساز بخواهد بر اساس سلیقه مدیر جشنواره، میزان تعارض یا فمینیسم یا سیاهی را عمداً بالا ببرد تا فیلم پذیرفته شود. آن فیلم دیگر از زیست طبیعی خودش فاصله گرفته است.

● **در نهایت اگر بخواهیم جایگاه مستند را در سینمای ایران تعریف کنیم، جایگاه امروز آن کجاست؟**

من معتقدم سینمای ایران همچنان فخر هنر ایران است. با وجود همه رکودها و مشکلات مخاطب، ما یک هسته قدرتمند داریم. زبان سینمایی ایران در جهان شناخته شده است. از اسکار گرفته تا کن، ونیز، برلین و توکیو، سینمای ایران توانسته خودش را مطرح کند. اما مشکل امروز ما این است که نسبت این زبان با مخاطب دچار اختلال شده است. گاهی سینمای ایران جلوتر از مخاطب حرکت می‌کند و گاهی عقب‌تر می‌ایستد. باید این رفت‌وبرگشت را مدیریت کنیم. فیلمساز نباید مقهور مخاطب شود، اما باید بتواند مخاطب را با خودش همراه کند. از طرف دیگر باید نسبت سینمای ایران با بازار جهانی را اصلاح کنیم. در دنیا بازارهایی وجود دارد که می‌توانند هزینه تولید یک فیلم را برگردانند.

ما هنوز ارتباط درست و قدرتمندی با فروش جهانی نداریم. ● **شما از ضرورت سینمای اقتصادی صحبت می‌کنید. آیا به نظر شما حمایت دولتی باید کمتر شود؟**

در دنیا یک قاعده وجود دارد. اگر شما دو یا سه بار فرصت پیدا کردید و نتوانستید موفق شوید، یک کشور تا ابد نمی‌تواند روی شما سرمایه‌گذاری کند. ممکن است فیلمساز از نظر اندیشه و محتوا ارزشمند باشد، اما اگر در ارتباط با مخاطب موفق نیست، باید لیگ خودش را تغییر دهد. این به معنی حذف اواز سینما نیست. می‌تواند در سطح دیگری فیلم بسازد. مشکل ما این است که گاهی تصور می‌کنیم حمایت باید تا ابد ادامه پیدا کند. باید به سمت سینمای اقتصادی برویم؛ سینمایی که واقعاً بتواند پول خودش را برگرداند. البته این به معنای حذف حمایت نیست. سینمای هنری، تجربی و مستند بدون حمایت از بین می‌رود. اما حمایت باید هدفمند باشد و در کنار آن، تهیه‌کننده و کمپانی هم باید ریسک‌پذیر باشند.

همچنین من معتقدم ما به ژانر نیاز داریم. هم در مستند و هم در سینمای داستانی. اینکه فقط یک نوع فیلم را تولید کنیم و انتظار داشته باشیم مخاطب همیشه همان را ببیند، اشتباه است. امروز بخشی از مخاطب ما فقط با کمدی ارتباط دارد، چون انتخاب‌های متنوعی به او نداده‌ایم. تغییر این وضعیت به تهیه‌کننده خلاق و کمپانی ریسک‌پذیر نیاز دارد. تهیه‌کننده نباید فقط به سود تولید فکر کند؛ باید از ابتدا به اکران و مخاطب هم فکر کند. باید بپرسد این فیلم برای چه کسی ساخته می‌شود، کجا نمایش داده می‌شود و چگونه می‌تواند هزینه خودش را برگرداند. این نگاه اگر وارد سینمای ایران شود، هم مخاطب درگیر می‌شود و هم فیلمساز مجبور می‌شود زبان خودش را پیدا کند.

● **درباره انیمیشن هم عملکرد مرکز در سال‌های اخیر قابل توجه بوده. آینده این حوزه را چطور می‌بینید؟**

زمانی که وارد مرکز شدم، حتی خودم در ابتدا فکر می‌کردم شاید بهتر باشد انرژی بیشتری روی مستند بگذاریم و تولید انیمیشن کوتاه کمرنگ شود. اما در گفت‌وگو با متخصصان و تحلیل بازار به این نتیجه رسیدیم که اتفاقاً انیمیشن کوتاه یک ریل استعدادیابی است. ما باید استعدادهایی را که از دانشگاه و فضای تجربی بیرون می‌آیند، پیدا کنیم و وارد ریل حرفه‌ای کنیم. در چند سال اخیر در همین مسیر حرکت کردیم و امروز در انیمیشن کوتاه تقریباً بی‌رقیب هستیم. در جشنواره‌های جهانی، انیمیشن‌های ما حتی بیشتر از مستندهای ما حضور دارند. در هیروشیما وقتی مجموعه‌ای از تولیدات ایران را نمایش دادیم، برای مخاطبان حرفه‌ای ژاپنی جالب بود که در یک کشور خاورمیانه‌ای چنین مرکز و چنین حمایت‌هایی برای ایده‌های خلاق وجود دارد.

● **در همکاری‌های بین‌المللی، هدف اصلی تأمین سرمایه است یا می‌خواهید فیلمساز ایرانی واقعاً وارد شبکه تولید و توزیع جهانی شود؟**

ما در زمینه تولید استعدادهای زیادی داریم. چیزی که باید روی آن کار کنیم، بازار، پخش و ارتباط با مخاطب است. اگر این زنجیره کامل شود، اتفاق‌های بسیار مهمی می‌تواند در سینمای ایران رخ دهد. ما نباید منتظر بمانیم که یک جشنواره خارجی به ما بگوید فیلم خوب ساخته‌ایم. باید خودمان بتوانیم مخاطب جهانی پیدا کنیم. جشنواره یکی از مسیرهاست، اما مقصد نیست. اگر این اتفاق بیفتد، هم مستند و هم انیمیشن از حاشیه خارج می‌شوند و می‌توانند بخشی از اقتصاد و فرهنگ سینمای ایران را بسازند.

