

## چگونه مردم را فریب دادیم / اعتراف تکان‌دهنده کارگردان فیلم روحانی

کارگردان فیلم تبلیغاتی آقای روحانی در سال 92 در اعترافاتی تکان‌دهنده از چگونگی ساخت آن فیلم و نمایش نامزد انتخابات در آن گفت و تأکید کرد؛ با سیطره رسانه‌ها، آدم‌هایی انتخاب می‌شوند که به شومن و بازیگر نزدیک‌ترند تا یک سیاستمدار!



کارگردان فیلم تبلیغاتی آقای روحانی در سال 92 در اعترافاتی تکان‌دهنده از چگونگی ساخت آن فیلم و نمایش نامزد انتخابات در آن گفت و تأکید کرد؛ با سیطره رسانه‌ها، آدم‌هایی انتخاب می‌شوند که به شومن و بازیگر نزدیک‌ترند تا یک سیاستمدار!

تصور کنید یکی از نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری در جریان تبلیغات خود با ارائه نماد یا جملاتی از جنس «&laquo;کلید&raquo;؛ توجه شما را معطوف به خود کند و مجاب شوید که صاحب این جملات پر زرق و برق به درک درستی از نیازهای شما رسیده و انتخاب وی شما را به مقصد مطلوب می‌رساند. 4 سال بعد اما، پس از پایان دوره مدیریتی وی و رنگ باختن تاثیر آن جملات و نشان‌ها و نمادها، بفهمید که همه آنچه که از نامزد منتخب خود در زمان تبلیغات انتخاباتی دیده و شنیده بودید، نه متعلق به وی بلکه دیالوگ‌هایی نوشته شد بر اساس سناریوی یک «&laquo;نویسنده و کارگردان&raquo; بوده و شما در واقع مسحور و مجذوب یک اثر سینمایی با بازی گیرا و سناریویی جذاب شده اید، چه احساسی پیدا می‌کنید؟

وقتی بفهمید که وی همچون بازیگران، لزوماً اعتقادی به محتوای دیالوگ‌های نقش خود نداشته و حتی بعضاً آن را «&laquo;لوس&raquo; هم می‌پنداشته اما برای رسیدن به هدف خود که جلب توجه شماست آن را به بهترین شکل ممکن بیان کرده، احساساتان چیست؟

حالا وقتی بدانید همین فردی که با استفاده از تکنیک سینما نقش یک رئیس‌جمهور با برنامه و آگاه از نیازهای مردم و ناجی مشکلات کشور را برایتان ایفا کرده‌اند؛ اما شما شعارها و وعده‌هایش را واقعی انگاشته بودید و به وی اعتماد کرده بودید، دوباره کاندیدای ریاست جمهوری شده‌اند! حالتان چگونه می‌شود؟

حسین دهباشی سازنده فیلم‌های تبلیغاتی حجت‌الاسلام روحانی در سال 92 در گفت‌وگویی که اخیراً انجام داده زوایای جالبی از این فیلم‌های تبلیغاتی و به طور کلی فیلم آقای روحانی در سال 92 افشا کرده است.

او در بخشی از این گفت‌وگو می‌گوید: «هیچ کس تصور نمی‌کرد آقای روحانی رئیس‌جمهور شود بنابراین کسی اطراف او نبود چون کسی احتمال نمی‌داد رئیس‌جمهور شود لذا من رئیس‌جمهور تبلیغات شدم؛ چون کسی طمع در این نداشت که با آقای روحانی عکس یادگاری داشته باشد چون تصور نمی‌کرد اقبالی داشته باشد.»

دهباشی همچنین با این بیان که متن‌های سخنرانی حجت‌الاسلام روحانی را در سال 92 می‌نویسید؛ نوشته است، خاطرنشان می‌کند: «27-28 جمله طراحی شده بود که قرار بود آقای روحانی بگوید. مثلاً جمله «هم چرخ سانتریفیوژها باید بچرخد هم چرخ زندگی مردم»؛ را من طراحی کرده بودم و می‌خواستیم به هر صورت که شده آقای روحانی بگوید. همچنین من جمله «من سردار نیستم، وکیل‌م»؛ را طراحی کرده بودم که آقای روحانی کمی آن را اصلاح کرد و گفت: «من سرهنگ نیستم، حقوق‌دانم»؛ این جملات برای من بود.

دهباشی همچنین به روز حضور حجت‌الاسلام روحانی در گفت‌وگوی ویژه خبری شبکه دو اشاره می‌کند و می‌گوید: «در این برنامه بنایمان این بود که وقتی مقابل آقای عابدینی (مجری) قرار گرفت، هرچه عابدینی می‌گوید رها کنیم و به تلویزیون حمله کنیم!»

سازنده فیلم تبلیغاتی روحانی در سال 92 همچنین تأکید می‌کند که برخی موارد به نظر او ابتدا ضدتبلیغ می‌آمده ولی بعداً فهمیده اشتباه کرده است.

دهباشی معتقد است که اصرار بر «&laquo;کلید&raquo; خوب نبود و به جوک تبدیل شد؛ او همچنین روایت می‌کند

که حجت‌الاسلام روحانی و وقتی منزل بودیم و صحبت می‌کردیم، اشاره کردند با رنجیدگی به برخی افراد و می‌گفتند کار خیلی لوس بود؛ مسئول تبلیغات ستاد روحانی در سال 92 در ادامه نکته بسیار مهمی راجع به جملاتی که حجت‌الاسلام روحانی در فیلمی که در ماشین نشسته و جملاتی راجع به جامعه می‌گوید، بیان کرده است. او اولاً می‌گوید که روحانی پیشنهاد من در این زمینه را قبول کرد، ابتدا می‌خواستیم خودش پشت فرمان بنشیند ولی گفت که خیلی وقت است پشت فرمان نشسته لذا من پشت فرمان نشستم.

دهبازی درباره این جمله روحانی در آن فیلم که می‌گفت: «من سالهاست که وقتی بین منزل و اداره تردد می‌کنم و مردم را می‌بینم و چهره‌ها را مطالعه می‌کنم و بینم چقدر گرفته و چقدر عبوس است و خنده در چهره‌ها نیست؛ تاکید می‌کند که این جمله هم متعلق به روحانی و واقعی نبوده بلکه این جمله را خودش (دهبازی) به او یاد داده است تا بگوید!

وی در بخش دیگری از این گفت‌وگو خود رسماً تاکید می‌کند که روز به روز و با سیطره رسانه‌ها؛ آدمهایی انتخاب می‌شوند که به شومن و بازیگر نزدیک‌ترند تا یک سیاستمدار!

دهبازی نهایتاً تاکید می‌کند که اگر سال 92 دوباره بازمی‌گشت شاید اساساً فیلمی برای روحانی نمی‌ساخت!

کارگردان فیلم‌های تبلیغاتی روحانی در سال 92 پس از انتشار این گفت‌وگو مورد هجمه و توهین حامیان دولت در شبکه‌های اجتماعی قرار گرفت و ناچار شد به خاطر بیان آنچه که خود بیان می‌کند و ناچاراً بی‌خاطرات عنوان کرده عذرخواهی کند، اما وی تنها گوشه‌ای از طراحی نمایش‌های فریبنده در کمپین روحانی برای کسب رای را افشا کرده است.

طبق اطلاع کیهان یکی از مجریان صدا و سیما در بیان چگونگی ضبط یکی از برنامه‌های تبلیغاتی روحانی در سال 92، به رفتار عجیب و غریب یکی از مشاوران وی در هنگام ضبط برنامه اشاره کرده و گفته بود که این مشاور در حین صحبت‌های روحانی همچون «کارگردانی» که مشغول ساخت یک فیلم سینمایی است به صورت مکرر «کات» می‌داد و ضمن ممانعت از ادامه ضبط با فریاد از روحانی می‌خواست که بدون توجه به سؤال مطرح شده با حرارت بیشتری به دولت قبلی و صدا و سیما حمله کند و در طول یک برنامه گفت‌گو محور حدوداً 40 دقیقه‌ای بارها این حرکت از سوی این آقای مشاور تکرار شد. جالب اینجاست که وی برای جنجالی‌تر و هیجان انگیزتر شدن «فیلم» خود یک بار نیز از من خواست که به صحبت‌های روحانی اعتراض کنم و بحث را چالشی‌تر کنم اما من که از قصد و نیت وی از این اقدامات و حرکات نمایشی مطلع بودم به درخواست وی توجه نکردم.

دولتی‌ها در دوران 4 ساله مسئولیت خود هم بارها نشان دادند که اساس برنامه‌های خود را بر اقدامات نمایشی و به اصطلاح فیلم کردن مردم بنا گذاشته‌اند؛ هنوز یادداشت سایت خبرآنلاین، از جمله سایت‌های شاخص حامی دولت به قلم پیام فروتن، از یاد نرفته که وی در این یادداشت، توزیع تحقیر آمیز سید کالا به آن شکل و شیوه صورت گرفته را اقدامی کاملاً برنامه ریزی شده به کارگردانی حسن روحانی برای ارسال پیام به غرب ارزیابی و تاکید کرده بود که ارسال این پیام به تحقیر چند روزه بازیگران آن یعنی مردم ایران می‌ارزیده است.

در این یادداشت آمده بود: «در راستای توزیع سید کالاهای اساسی به اقشار گوناگون مردم، حرف و حدیث‌های بسیاری گفته شد. چه از سوی رسانه‌های رسمی و چه در فضای مجازی. غالب این اظهار نظرات در راستای تخریب این عملکرد و شیوه اجرایی دولت بود. جالب آن که بسیاری از دوستان حامی روحانی نیز به انتقاد شدید اللحن از وی پرداختند. اما ...

جالب است که بسیاری از دوستان هنوز متوجه نشده‌اند روحانی تمام تمرکز خود را بر روی انرژی هسته‌ای، رفع مشکلات موجود آن و از همه مهمتر رفع تحریم‌ها و بهبود روابط ایران با غرب متمرکز کرده است... توزیع سید کالاهای اساسی به مردم - با شیوه‌ای که انجام شد - نه یک اتفاق بود و نه عملی که تبعات آن برای روحانی و مردانش غیر قابل پیش‌بینی باشد. او دقیقاً همین اتفاق - ازدحام، دعوا و مرافعه و احیاناً له شدن در زیر دست و پا - را پیش‌بینی می‌کرد و اصلاً آن را برای پیشبرد استراتژی خارجی خود لازم داشت. به عبارت دیگر روحانی به یک «نمایش داخلی» برای ارائه در «جشنواره»‌های سیاسی خارجی نیازمند بود. نگاه کنیم به اظهارات وندی شرم که گفته است: «شما در اخبار دیدید که ایران اخیراً به طور قابل مشاهده‌ای غذا بین مردم فقیر جامعه توزیع کرده تا نشان دهد کاهش هدفمند و محدود تحریم‌ها تأثیر مستقیم بر مردم این کشور داشته است. همان طور که روحانی قول داده بود، این پول قرار است در جهات دیگری مصرف نشود.» به هر حال این دقیقاً همان نتیجه‌ای بوده که روحانی از توزیع سید کالا در میان مردم ایران داشته است. این که تحریم‌ها بر روی مردم ایران تأثیر مستقیم و انکارناپذیر داشته. این که اوضاع اقتصادی مردم ایران نه تنها روبراه نیست بلکه حاضرند برای چند عدد مرغ و چند کیلو برنج با یکدیگر درگیر شوند و این که از این به بعد و با گشایش هرچه بیشتر در مذاکرات هسته‌ای تمرکز نظام بر معیشت مردم خواهد بود؛

این یادداشت همچنین افزوده بود: «پیام روحانی از خلال پرفورمنسی که کارگردانی و اجرا کرد، پیامی کاملاً شفاف بود که راه را برای مذاکرات مثبت بعدی، بیش از پیش می‌گشاید. بی‌شک، راه نیست که کمیته روابط عمومی آمریکا و

اسرائیل (آیپک) نیز پس از آن به جمع مخالفان تحریم پیوست و استراتژی خود را تغییر داد. درست است که روش توزیع کالاهای اساسی چندان مناسب نبود؛ اما اگر با این نمایش بتوان جایزه اول بهترین اثر را در فستیوال سیاست جهانی به خود اختصاص داد، به تحقیر چند روزه و گویای که بازیگران آن شدند می‌ارزید!؛  
به این موارد اضافه کنید اعتراف دیر هنگام مدیر مسئول روزنامه حامی دولت «شرق»؛ درباره ماموریت روزنامه‌های زنجیره و اصلاح طلب برای بزک برجام و در حقیقت به «بازی»؛ گرفتن اعتماد مردم را.

آنها از اغراق به بهترین شکل استفاده کردند؛ هم در سیاه‌نمایی گذشته و عاقبت نرفتن به پای میز مذاکره و نتایج تحریم و هم در آرایش مذاکرات با غرب و دنیای پس از توافق.

مهدی رحمانیان در گفت‌وگویی به صراحت اعتراف کرده بود که وظیفه آنها بزک کردن توافق با آمریکا بوده است! رحمانیان درباره چرایی مبالغه و در یک کلام بزک کردن برجام گفته بود: من مبالغه را قبول دارم. این مبالغه و ها باید می‌شد به این خاطر که فضا خیلی فضای تنگ و ترشی بود، دولت باید در حقیقت این موضوع را قدری بزک می‌کرد که بتواند حرفش را به کرسی بنشاند.

حالا دوباره فصل تبلیغات انتخابات ریاست جمهوری است و این بار سناریونویسان پروژه فریب مردم در کمپین تبلیغاتی روحانی یک بازیگر مکمل نقش اول نیز اضافه کرده و اند. بازیگری که مقابل دوربین می‌نشیند و سعی می‌کند قصه بگوید، بغض کند و هیجان بیافریند. اما نه صادقانه سخن بگوید نه دقیق.

برای بیت‌المال اشک بریزد اما از حکایت پاداش صدها میلیون خود و شرکایش در شرکت سیمان تهران یا پاداش 200 میلیونی برادرش در بانک گردشگری دم نزند.

به کارگیری بازیگران مکمل در ژانرهای درام، تراژیک، معمائی و حتی اکشن از سوی مدعیان راستگویی و اخلاق برای فریب مردم نشانه آخرین تقلای کمپین تبلیغاتی روحانی برای ایستادگی در برابر موج «روحانی برو» است.

با این حال حتی حامیان دولت هم به این نتیجه رسیده و اند که کارنامه خالی روحانی و تیمش به قدری مردم را دلزده و سرخورده کرده که حتی این تلاش‌های تبلیغاتی هم نمی‌تواند مانع از سقوط دولت شود و آقای روحانی کم کم باید خود را برای شنیدن عبارت «رئیس» و «جمهور سابق» آماده کند.