

یادداشت دانشجو

چهار قاب از «پلتفرم»

حسام رضایی - مظاهر گودرز
فیلم اسپانیایی «پلتفرم» ساخته روزنامه‌نگار میلادی منتشر شد و بازتاب وسیعی میان اهالی هنر هفتم در ایران داشت، فارغ از تعابیر و نشانه‌های گل درشت و آکزجره‌اش، بازگوکننده واقعیت‌های گزنده نظام‌های سیاسی-اجتماعی مستقر در نظم کنونی جهان امروز است. ما سواد و علم نقد فیلم نداریم و هدف‌مان از نوشتار پیش‌رو، صرفاً تحلیل معانی استنباطی از پلتفرم است که در چهار شعبه به‌اختصار شرح داده‌ایم.

اندیشه طبقه حاکم: فیلم با به‌تصویر کشیدن طبقات متعدد و توانایی‌ها و بهره‌مندی‌های ساکنان هر طبقه نسبت به طبقه‌مادون، در تلاش است امری را به‌تصویر بکشد که «کارل مارکس» و «فریدریش انگلس» در کتاب «ایدئولوژی آلمانی» آن را با عنوان «اندیشه طبقه حاکم» صورت‌بندی کرده‌اند. مطابق فرماسیون ارائه‌شده توسط کتاب مزبور «اندیشه‌های طبقه حاکم در هر عصری، اندیشه‌های حاکمند، یعنی طبقه‌ای که بر نیروی مادی جامعه حاکم است، درعین حال بر نیروی فکری آن نیز حاکم است.» بسته به همین نگاه است که ساکنان هر طبقه در پلتفرم، همان رفتاری را با افراد طبقه پایین‌تر از خود روا می‌داشتند که طبقه بالاتر بر آنها تحمیل می‌کرد، یعنی طبقات بالاتر به‌دلیل دراختیار داشتن منابع مادی [که در فیلم به‌صورت منبع غذایی نشان داده شده است] می‌توانستند بر طبقه پایین‌تر مسلط شده و گفتمان خود را بر آنها استولی کنند.

دام اجتماعی: نکته مهم دیگر در فیلم، مساله‌ای است که گروهی از جامعه‌شناسان از آن به‌عنوان «دام اجتماعی» یاد می‌کنند. به‌تعبیر «بو روئستاین» در کتاب «دام‌های اجتماعی و مساله اعتماد» دام اجتماعی وضعی است که در آن «بهره‌کوتاه‌مدت امری در اولویت قرار می‌گیرد.» بنابر این گزاره، ساکنان هر طبقه در پلتفرم آگاه بودند که پس از ۳۰ روز سکونت در یک طبقه، ممکن است در لایه و مرتبت پایین‌تر یعنی جایی که امکان دارد هیچ غذایی به آنها نرسد، از خواب بیدار شوند اما بسا وجود این، هنگامی که خود در طبقه بالاتر قرار می‌گرفتند، هرگز به غذای کمتر، جوری که طعام بیشتری به طبقات پایین‌تر برسد، رضایت نمی‌دادند. بنابر این، سود کوتاه‌مدت را انتخاب کرده و از سود بلندمدت گذر می‌کردند یعنی به تعبیری در یک «دام اجتماعی» می‌افتادند.

خودجوشی بازار آزاد: یکی از بنیان‌های فکری اصحاب لیبرال، قائل بودن به پیشرفت جامعه براساس بی‌قاعدی [قواعد دستوری با منشا اقتدار] و به‌دور از حدوحصر عقلانی است. به‌بیان دیگر، آنچه لیبرالیسم‌روی آن تأکید دارد، نظم خودجوش مناسبات اجتماعی است. بدون دخل‌وتصرف اهرم اقتدار است. «فریدریش هایک» از معارف لیبرال دراین‌باره تصریح می‌دارد: «ماتحت قواعدی زندگی می‌کنیم که از آنها آگاهی نداریم.» بنابراین نظر، هایک فرایند بازار آزاد (Free Market) به‌عنوان نقطه‌ثقل ساختار اندیشه‌ای لیبرال را نه عادلانه می‌داند و نه غیرعادلانه و اساساً «تقاضای عدالت از فرآیند بازار را آشکارا بیهوده و عبث» می‌شمرد. طبق این صحت، به‌نظر می‌رسد تصویر کردن چرخش زندانیان میان طبقات در پلتفرم، بدون هیچ قاعده و اصول ازپیش توجیه‌شده‌ای و کاملاً طبق گردونه شانس، نوعی تعریض به نظم و نظام لیبرالی و نولیبرالی در جهان امروز باشد که شکاف میان طبقات اجتماعی، یکی از ناکارایی‌ها و کج کارکردی‌های آن است.

بحران‌های لایه‌مند: وقتی دو اصلاح‌طلب رادیکال در فیلم [بهارات سیاه‌پوست با همراهی گورنه، بازیگر نقشش اول فیلم] قصد کردند با ابزار اجبار، خرق عادت کرده و به‌ترتیب و قرار مصنفانه‌ای از توزیع منابع [غذا] در طبقات دست‌یابند، شاید در ابتدا گمان نمی‌کردند در ادامه مسیر با بزه‌های فراینده نظیر قتل همنوع مواجه شوند. این بحران‌های لایه‌مند و متواتر که خود معلول نابرابری در دسترسی ساکنان پلتفرم به امکان‌های کمن و وقتی کار به بیرون از سازمان صداوسویما می‌رود، پولش را با شکست و ناکامی مواجه ساختند. در نگاهی ریزبینانه، شکست این دو چهره شاید حامل و ناقل پیام طغنه‌آمیزی به اولیای سیاست‌باشد؛ با این سویه معنایی که چنانچه نخبگان و رهبران دیر به‌فکر اصلاحات ساختاری در یک جامعه بیفتند، فاجعه پشت فاجعه رقم خواهد خورد تا جایی که رنج توزیع منصفانه و مسالمت‌آمیز منابع، سرانجام کوچک و بی‌اثر خواهد شد.

چارسو

حد و مرز پول به چهره‌ها باید در تلویزیون رعایت شود

علی‌اصغر پورمحمدی در نشست شفافیت مالی در تسنیم به نکاتی درمورد تلویزیون اشاره کرده است و می‌گوید: «الان زمان فرق کرده، عقیده دارم نظام سرمایه‌داری بی‌رحمی بر برنامه‌های تلویزیون حاکم شده است. رقابت‌های ناسالم، منفی و مخربی میان شبکه‌ها به‌وجودآمده برای تلویزیون، سسم مهلکی است. به‌همدیگر نگاه می‌کنند. من واقعا الان از نرخ‌ها خبر ندارم اما آنچه شنیده‌ام نرخ‌ها خیلی بالا رفته است. هرکس هم الان بخواهد این نرخ‌ها را تعدیل کند و یا جلوی پیشروی‌اش را بگیرد، نمی‌تواند. به‌نظر من از جایی بی‌رویی نرخ‌ها را بالا بردند؛ من اینجا دوباره تکرار می‌کنم که وقتی کار به بیرون از سازمان صداوسویما می‌رود، پولش را باززگانی و حامی مالی، فلان شرکت، توسکا یا اپلیکیشنی خاص می‌دهد، نرخ‌ها به‌هم می‌ریزد. من شنیده‌ام یک منتقد در برنامه‌ای که پیش از این ۸۰۰ هزار تومان تا یک میلیون تومان دستمزدمی‌گرفت الان چند میلیون می‌گیرد که نقد کند. این نرخ واقعی نیست! چرا به او چنین پولی دادند؟ چون می‌گویند اگر این پول را ندهیم او به شبکه رقیب می‌رود. الان از ترسی که برود ما چه می‌شویم، این اتفاقات می‌افتد. اتفاقاً آن برنامه‌ای که در این دوره روی آنتن رفته خیلی اقبال نداشته و شاهکار نکرده است. بالاخره بهشت و جهنم و قیامت هم وجود دارد باید این کارها برای رضای خدا باشد و در کارهای مان خلوص نیت داشته باشیم. همه چیز پولی نیست؛ به‌هرحال باید اینها راضی و افتاح بشوند و البته تفاوتی هم بین چهره‌های مشهور و ابرچهره‌ها با افراد عادی وجود دارد. اما به‌هرحال یک حدومرزی باید رعایت شود. یعنی واقعا نباید با بالا بردن بیش از حد نرخ‌ها به بقیه تلاشگران این عرصه ظلم کنیم.»

فرهنگ

سرمایه‌گذاری در سینمای ایران چه سودی دارد؟

روز گذشته یکی از سرمایه‌گذاران موثر در چرخه سینمای ۵ سال اخیر درگذشت

«فرهیختگان» به‌صورت موردی حضور سرمایه‌گذاران در سینمای ایران را بررسی می‌کند



اشاره از جریان سالن‌سازی در مراکز تجاری به‌طور کل و پردیس سینمایی کورش به‌طور اخص، درنظر گرفته نشود. حجت‌الله ایوبی، رئیس اسبق سازمان سینمایی، روز شنبه ۲۳ آذرماه ۱۳۹۲ گفته بود: «ما موضوعی با عنوان اقتصاد در سینمایمان نداریم. گردش مالی فروش فیلم‌ها و هزینه تولید آثار سینمایی باهم هماهنگ نیست. امیدواریم فرهنگ به‌اقتصاد کمک کندو چنانچه ساخت مجتمع‌هایی همچون کورش با موفقیت همراه باشد، این روند ادامه خواهدیافت.» او کمتر از دو سال بعد در صبح روز سه‌شنبه، ۲۶ مردادماه سال ۱۳۹۴، هنگام دیدار با دست‌اندرکاران پروژه مگاپارس در خیابان معلم تهران که آن روزها درحال احداث بود و هنوز هم افتتاح نشده است، این‌بار چنین به‌فعالیت مجتمع کورش اشاره کرد: «برخی تصور می‌کنند احداث سینما در مجتمع‌های بزرگ، یک کار فانتزی است، درصورتی‌که این‌گونه‌نیست و پروژه کورش نشان داد که ساخت سالن‌های سینمایی در مجتمع‌های تجاری فانتزی نیست.»

اما آیا چنانکه ایوبی می‌گفت، احداث سینما در مجتمع‌های بزرگ تجاری، اقتصاد سینمای ایران را زنده کرد؟ ساخت مجتمع کورش، شاخص «ضریب اشتغال صندلی» در سینمای ایران را طی یک‌سال دو برابر کردو به‌عبارتی سهم صندلی‌های خالی موجوددر سینمای ایران را پایین آورد، اما نه‌تنها به‌تعداد مخاطبان سینما چندان چیزی اضافه نکرد، بلکه طی چند سال به‌شدت باعث سقوط آن شد و نهایتاً وضع در ۱۳۹۸ به سطحی رسید که ۹۵ درصد مردان ایران حتی یک‌بار هم در طول سال، یا به سالن سینما ننگذاشتند. مشخصاً ضریب اشتغال صندلی تنها یکی از شاخص‌های مربوط به بررسی مخاطبان سینماسنت که از بسیاری شاخص‌ها اهمیت کمتری دارد، اما تأکید یکجانبه‌روی آن، به‌نوعی تلاش برای جور دیگر جلوه‌دادن واقعیت‌ها بود. کاهش شدید مخاطبان سینمای ایران که پیش از آن هم مدت‌ها بود کم‌تعداد شده بودند و محدود کردن دایره خریداران بلیت به تماشاگران فیلم‌هایی مثل «من سالوادور نیستم»، «رحمان ۱۴۰۰»، «تگزاس»، «هزارپا»... از دیگر تأثیرات ورود شرکت گلرنگ به‌فعالیت‌های فرهنگی و هنری ایران بود.

است که معادلاتی پیچیده‌تر از فروختن سرگرمی و پول درآوردن در میان بود. نگاهی ساده و گذرا به تاریخچه ابراهای صابونی، بهترین توضیح درباره این است که چسرا گلرنگ وارد عرصه تولید و توزیع محصولات فرهنگی ایران می‌شود. شرکت گلرنگ‌نه‌تنها پیشگام تولید وتوزیع سریال‌های شانه‌تخم‌مرغی، بلکه حتی جزء مهمی از پروژه «سینمای فروشگاه‌ای» در ایران هم هست که طی آن سالن‌های نمایش به‌قلب پاساژهاومال‌های اعیانی کلان‌شهرهارفته‌ومخاطبان سینما را به‌افراد پرس‌سزن در چنین مکان‌هایی محدود کرده است.

این پروسه‌ای است که در آن تولیدکننده و توزیع‌کننده یکی هستند. حضور هم‌زمان کمپانی‌هایی مثل گلرنگ در حوزه‌های تولید و اکران فیلم‌های سینمایی، باعث ایجاد موج مجددی از تولید فیلمفارسی در سینمای ایران شده است. مطابق یک منطق قابل فهم اقتصادی، آنها به‌دلیل استیلا بر شاهراه‌های اکران، اجازه نمی‌دهند هیچ فیلمی حتی به‌رغم برخورداری از بالاترین کیفیت‌های فنی، بدون حضور چهره‌های مشهور و به‌اصطلاح بدون ستاره‌های بازیگری، بتواند در گیشه بفروشد. این به‌نوعی حفاظت از الگوهای ثابت فعلی برای سینمای ایران محسوب می‌شود. جریانی که با تولید و توزیع سریال‌های سوپ اپرای ایرانی در سوپرمارکت‌ها و کنار شانه‌های تخم‌مرغ، کارش را آغاز کرد، پس از تسلط هم‌زمان بر حوزه‌های تولید و اکران سینما، از چند سکه در عرصه تولید، توانایی و قابلیت بالاتر از استخدام استاره بازیگری ندارد، اجازه نمی‌دهد الگوها تغییر کنند و مثلاً در دامنه رقابت بین قسه‌های خوب یا رقابت بین کارگردانی‌های خلاقانه بیفتند. سریال‌های شانه‌تخم‌مرغی (که البته اخیراً از مجاری دیگری غیر از سوپرمارکت‌ها هم عرضه می‌شوند) و جریان مجدد فیلمفارسی، بخشی از تأثیرات فعالیت موسسه فرهنگی گلرنگ‌رسانه در سینمای ایران، به‌عنوان بخش خصوصی واقعی هستند. البته باید توجه داشت عنوان بخش خصوصی واقعی، درحالی‌با فعالیت‌های فرهنگی شرکت گلرنگ کاملاً قابل انتطابق خواهد بود که حمایت‌های سازمان سینمایی وزارت

به‌شدت عامیانه و سطح‌پایینی به‌کار می‌رود که چند مولفه تکرارشونده و کلیشه‌ای بخصوص را برای جذب مخاطب و کش دادن داستان‌هایشان به‌کار می‌برند. سریال‌های سوپ‌اپرا به‌نوعی در سینمای ایران معادل فیلمفارسی هستند، با این تفاوت که اگر فیلمفارسی بیشتر در طیف‌های فروتر فرهنگی، مردان را هدف گرفته است، اپرای صابونی در چنین طیف‌هایی زنان را هدف می‌گیرد. دو خصوصیت عمده اپرای صابونی در این خلاصه می‌شود که اولاً محیط روایت داستان‌ها باید به‌شدت تجملاتی و شیک باشد و ثانیاً روابط عشقی آمیخته‌به خیانت باید در آنها زیاد دیده شوند. بیان این مولفه‌ها بلافاصله سریال‌های شبکه نمایش خانگی در ایران را به‌یاد خواهند آورد.

دلیل تعلق گرفتن عبارت اپرای صابونی به این نوع سریال‌ها، ساخته‌شدن شان توسط شرکت‌های تولیدمحصولات‌شوینده و بهداشتی بود. شرکت‌های تولیدکننده مواد شوینده و بهداشتی، این مجموعه‌ها را می‌ساختند تا زنان خانه‌دار را جذب تماشای آنها کنند و درخلال بخش مجموعه، به تبلیغ محصولات خودشان بپردازند. مشخصاً مشتری‌های اصلی برای محصولات شوینده، همین زنان خانه‌دار بودند. هدف از ساخت این مجموعه‌ها صرفاً تبلیغ مارک‌های خصوصی از مواد شوینده و بهداشتی نبود، بلکه آنها یک سبک زندگی را تبلیغ و ترویج می‌کردند که مصرف‌گرایی را نهادینه کند و نیاز به چنین محصولاتی را به‌وجود بیاورد. همان‌طور که در ایران کمپانی مالک فروشگاه‌های زنجیره‌ای افق کوروش، مروج اصلی سالن‌داری سینمایی در دل پاساژها و مال‌های تجاری است.

اپراهای صابونی، سال‌های سال قبل از اینکه چیزی به‌اسم تلویزیون کابلی اختراع شود و کسی بتواند از مخاطبان تلویزیون بابت تماشای یک برنامه پول بگیرد، تولید می‌شدند و درعین حال آنها را کسانی تولید می‌کردند که برای هیچ کاری انگیزه‌ای جز منافع مادی نداشتند. سرمایه‌گذاران اپرای صابونی به‌رغم اینکه هیچ سود مستقیمی بابت فروش محصولات‌شان به‌دست نمی‌آوردند، بخش خصوصی واقعی به‌حساب می‌آمدند. مشخص



میلاد جلیل‌زاده

روزنامه‌نگار

نام و عنوان تجاری گلرنگ از سال‌ها پیش برای تمام مردم ایران آشناست. گلرنگ یک شرکت تولیدکننده مواد شوینده و بهداشتی است که تاسیس رسمی آن به سال ۱۳۵۱ برمی‌گردد، اما آنچه ما امروز با این عنوان می‌شناسیم، از ابتدای دهه ۷۰ و با ورود محمدکریم فضلی به این شرکت شکل گرفت و قوام یافت. فرم فعلی گروه صنعتی گلرنگ در سال ۱۳۸۲ شکل گرفت و این کمپانی درحال حاضر دارای ۵۰ عنوان تجاری یاصنعتی فعال مثل اوه، سافتلن، ایولا، فامیلا، اکتیو، بایودنت، بارلی، نانسی، هوم‌پلاس، مرسی، مریدنت و فروشگاه‌های زنجیره‌ای افق کوروش است. روز گذشته اعلام شد که محمدکریم فضلی درگذشت، اما ربط این شرکت تجاری به فرهنگ در چیست؟ بزرگ‌ترین سینمای ایران که به مدیریت علی سرتیپی، جهت‌دهی به اکران سراسر کشور و آمارسازی‌های سینمای ایران را در دست دارد، سینما کورش است که به‌همین شرکت گلرنگ تعلق دارد.

موسسه فرهنگی گلرنگ‌رسانه، یکی دیگر از شرکت‌های زیرمجموعه گلرنگ است که آغازگر جریان تولید و عرضه سریال‌های شبکه‌نمایش خانگی در ایران بود. گلرنگ‌رسانه، این فعالیت‌را با «قهوه تلخ» و «ویلا» من شروع کرد و تا به‌حال هم آن را ادامه داده است. آنها در سینما هم فعال هستند و از «ورود آقایان ممنوع» و «زدگلوله» گرفته تا «هزارپا»... و فیلم‌های متعددی ساخته و اکران کرده‌اند.

درباره ورود گروه صنعتی گلرنگ به حوزه تولید محصولات فرهنگی، ابتدا باید به انگیزه‌های اقتصادی چنین شرکتی توجه کرد. سال ۱۳۹۸ به‌لحاظ عددی پر فروش‌ترین سال سینمای ایران بود، اما ساخت فیلم‌های سینمایی ایران در این سال مجموعاً ۲۴۰ میلیارد تومان هزینه برداشت، حال آنکه مجموع سود فروش شان به ۲۲ میلیارد تومان می‌رسید. ورود بخش خصوصی به حیطه سرمایه‌گذاری در حوزه سینما به‌دلیل همین نامعقول بودن منطق اقتصادی آن در ایران، از چند سال پیش به این سو با شبهه‌هایی راجع به پولشویی همراه بوده است، اما آیا آن چیزی که تحت عنوان «بخش خصوصی واقعی»، توسط مدافعان سینمای غیردولتی مطرح می‌شود، درواقع وجود ندارد؟ آیا تمام کسانی که در سینمای ایران پول‌های کلان خرج می‌کنند، اختلاس‌گران و بدهکاران کلان‌بانکی و سلاطین قیر و فلز... هستند؟ در سینمایی که رسماً به‌لحاظ اقتصادی سودده نیست، بخش خصوصی واقعی با چه انگیزه‌ای می‌تواند ورود کند؟ شاید نگاهی به‌عملکرد شرکت گلرنگ در حوزه سینما و شبکه‌نمایش خانگی، تعدادی از این پرسش‌ها را پاسخ بدهد.

سریال‌های صابونی در کنار شانه‌های تخم‌مرغ

علاقه‌مندان هنر نمایش عمدتاً با اصطلاح سوپ‌اپرا (Soap Opera) یا همان اپرای صابونی آشنا هستند. واژه اپرا در این عبارت به‌نمایش و درام اشاره دارد.

اپرای صابونی اولین‌بار در رادیو اجرا شد که مربوط به سال ۱۹۳۰ میلادی می‌شود و سپس در ۱۹۴۹ اولین سوپ‌اپرای تلویزیونی جهان آنتن رفت. این عنوان درمورد سریال‌های

ضریک میلیارد دلاری دیزنی لند شانگهای

باب چاپک، مدیرعامل جدید شرکت دیزنی اعلام کرد این کمپانی قصد دارد از یازدهم ماه می (۲۲ اردیبهشت) دوباره به مهمانان دیزنی در شانگهای خوشامدگویی کند. دیزنی تخمین می‌زند که اثر کرونا و بروس بر بخش پارک‌ها، تجربه‌ها و محصولات شرکت بسیار عظیم بوده و حدود یک میلیارد دلار به شرکت خسارت وارد کرده است. چاپک گفت دیزنی درحال «بررسی سناریوهای مختلف برای اطمینان حاصل کردن از اعمال رویکردی محتاطانه، معقولانه و دقیق» است تا بتواند دوباره پارک‌ها را افتتاح کند. او گفت کنترل تراکم جمعیت، ظرفیت محدود و تدابیر سلامتی همگی ازجمله کارهایی هستند که تحت‌بررسی قرار دارند. پارک شانگهای ۸۰ هزار نفر ظرفیت دارد، اما تحت محدودیت‌های دولتی باید نهایتاً ۲۰ درصد ظرفیت فعالیت کند که چیزی معادل ۲۴ هزار بازدیدکننده در روز خواهد بود. چاپک گفت پارک با ظرفیت کمتر از ۳۰ درصد دوباره افتتاح خواهد شد و بعد از چند هفته به رقم ۲۴ هزار نفر می‌رسد. دیزنی لند شانگهای نخستین پارکی بود که بسته شد و در پایان ژانویه درهای خود را روی بازدیدکنندگان بست. دیزنی لند هنگ کنگ هم با فاصله کمی بسته شد و دیزنی لند توکیو و دیزنی سی توکیو هم اواخر فوریه بسته شدند. پارک‌های داخل ایالات متحده از اواسط مارس بسته شدند. دیزنی ابتدا امیدوار بود نتواند آنها را تا اواسط آوریل باز کند، اما وقتی مشخص شد این امکان وجود ندارد، آنها را بدون اعلام تاریخ بازگشت، بست. این مساله باعث تعدیل شدن جمعی از کارمندان شد. مدیران هم مصون نبوده‌اند و خود چاپک قبول کرد تا حقوقش با کاهش ۵۰ درصدی روبه‌رو شود. رئیس هیات‌مدیره و مدیرعامل سابق شرکت باب ایگر هم کل حقوق خود در دوران کرونا را حذف کرد.

ماوریت انتظامی به دبیران جشنواره‌ها

علیرضا تاپش، مدیرعامل بنیاد سینمایی فارابی و دبیر جشنواره بین‌المللی فیلم‌های کودکان و نوجوانان در گفت‌وگو با مهر درباره دیدار اخیر دبیران جشنواره‌های مختلف سینمایی باحسین انتظامی گفت: «این هفته رئیس سازمان سینمایی، جلسه‌ای با دبیران جشنواره‌های مختلف سینمایی برگزار کرد که در آن جلسه آقایان محمد مهدی عسگریور دبیر جشنواره جهانی فیلم فجر، محمد حمیدی‌مقدم دبیر جشنواره بین‌المللی «سینماحقیقت»، ابراهیم داروغه‌زاده دبیر جشنواره ملی فیلم فجر و سیدصادق موسوی دبیر جشنواره بین‌المللی فیلم کوتاه تهران و بنده حضور داشتیم. در این جلسه از سوی آقای انتظامی چند محور اساسی درباره جشنواره‌های سینمایی مطرح شد. دبیران جشنواره‌ها هم گزارش پیشرفت اقدامات خود را از حیث آثار داخلی و خارجی، تعاملاتی که با تولیدکنندگان و تهیه‌کنندگان در داخل و خارج داشتند و نحوه برنامه‌ریزی و میزان پیشرفت کار دبیرخانه‌ها، ارائه دادند.» رئیس سازمان سینمایی از اعضای این جلسه خواست که دو سناریو برای برگزاری جشنواره‌ها درنظر گرفته‌شده؛ یک سناریو ناظر بر برگزاری جشنواره‌ها به‌صورت معمول و دیگری نحوه متفاوت اجرا به‌واسطه تغییرات صورت گرفته تحت‌تأثیر کرونا که البته باید درباره زمان برگزاری هرکدام از جشنواره‌ها هم به‌جمع‌بندی رسید. از آنجا که هرکدام از جشنواره‌ها، شورای سیاستگذاری دارند، مقرر شد دبیران جشنواره‌ها با اعضای این شورا مذاکره و شرایط را از زبانی و بررسی کرده و سپس پیشنهادها را به سازمان سینمایی اعلام کنند تا در جمع‌بندی نهایی مشخص شود که آیا جشنواره‌ها به‌شکل وروال معمول برگزار می‌شوند یا به‌شویه‌های جدید و حتی ترکیبی. تصمیم درباره زمان و نحوه برگزاری جشنواره‌ها سلیقه‌ای و شخصی نیست، بلکه تابع سیاست‌های سازمان سینمایی و تصمیماتی است که در کل کشور درباره کرونا گرفته می‌شود.

خاطره‌بیش‌ن پیرنگاز حضور نجف دریابندری در تلویزیون

بیژن پیرنگ، تهیه‌کننده و کارگردان در گفت‌وگویی با ایسنا، درباره نجف دریابندری و خاطره حضور او، در یکی از قسمت‌های برنامه «باز هم زندگی» را این‌گونه شرح داد: «برنامه «باز هم زندگی» سوزهمچو بود و یکی از سوزه‌هایی که انتخاب کردم لذت غذا خوردن بود. در این زمینه نجف دریابندری کتاب معروف «کتاب مستطاب آشپزی» را دارد که با همکاری همسرش فهیمه راستکار نوشته است. بخش عظیمی از این کتاب را دریابندری قبل از انقلاب و زمانی که در زندان بوده، نوشته است. نجف دریابندری در برنامه‌های تلویزیونی شرکت نمی‌کرد و رضایت نمی‌داد. نزدیک ده، سه ماه زمان برد تا ایشان را متقاعد کنیم در برنامه شرکت کنند و بالاخره با وسواس تمام قبول کردند. گزارش‌هایی که قبل از برنامه از مهمانان می‌گرفتیم را افراد دیگری انجام می‌دادند، اما برای دریابندری خود من به‌اتفاق به‌روز نقیای رقتیم و گزارش‌های داخلی را از خانه ایشان گرفتیم و با ایشان مصاحبه کردیم. کار سخت و بسیار زیبایی بود. بودن در کنار نجف دریابندری و فهیمه راستکار که هر دو طنز بودند، لذت‌بخش بود. من عاشقانه دریابندری را به‌خاطر ترجمه‌های زیبایش دوست داشتم و ایشان الگوی طنز من در خیلی از کارها شد. قرار بود با آدمی که فیلسوف است و ترجمه‌های بزرگی داشته درباره آشپزی و لذت غذا خوردن صحبت کنیم. ایشان تمام غذاهایی را که در کتاب‌شان آوردند، خودشان نیز پخته‌اند و نظرات‌شان را درباره غذا گفته‌اند. برنامه بسیار موفق بود. انگار تمام ایران باخبر شدند که نجف دریابندری در یک برنامه تلویزیونی حضور دارد. این برنامه دیده شد و بزرگ‌ترین خاطره برای من، حضور خودنجف دریابندری و همسرشان فهیمه راستکار بود و اینکه ایشان بالاخره رضایت دادند جلوی دوربین صحبت کنند؛ آن‌هم درباره غذا و نه موضوعاتی که مردم انتظار داشتند ما درموردش با نجف دریابندری صحبت کنیم.»