یادداشت

چه کسانی از عدم شفافیت مالی در فرهنگ نفع می‌برند؟

شفافیت رگ خواب فرهنگ

معین احمدیان
دبیر گروه فرهنگی

چند روز پیش صنوف سینمایی نامه‌ای گلایه‌آمیز به وزیر ارشاد نوشتند که چرا سازمان سینمایی نسبت به حمایت مالی از حدود ۵هزار عضو خانه سینما بی‌تفاوت است. درخواست‌شان هم زیاده از حد نبود، توقع‌شان این بود برای چندماهه پیش‌رو که تولید در سینما خوابیده است، مبلغی ناچیز برای تامین نیازهای نخستین اعضای صنوف تامین شود. حسابش را بکنید در همین سینمایی که پیشانی همه ادعاهای فرهنگی مدیران دولتی است با تعطیلی یک‌ماهه ناشی از بحران کرونا، وضعیت معاش خیلی از عوامل پشت‌صحنه سینما دچار معضل شده است. در همین سینمایی که بازیگرانی دارد با دستمزدهای میلیاردی که مالیات هم نمی‌دهند، هستند افرادی که اگر فیلم و سریالی ساخته نشود، درگیر مشکلات معیشتی خواهند شد. بله، در همین سینما که مهم‌ترین معضل عواملش توزیع ناعادلانه دستمزدها در پشت‌صحنه یک اثر سینمایی است. قراردادها پنهان است و سرمایه‌گذارانی وارد می‌شوند که چندسال بعد از فعالیت‌شان سر از دادگاه‌های فساد اقتصادی درمی‌آورند. در همین سینماست که به‌صورت پنهانی، نامه‌ای برای آزادی یک متهم اقتصادی نوشته می‌شود و پای آن را هنرمندانی امضا می‌کنند که هیچ‌وقت معلوم نمی‌شود بنا به چه منفعتی جانب یک متهم اقتصادی را گرفته‌اند. انگار سینما به همان اندازه که روی‌پرده عیان است، پنهانکاری پشت‌صحنه مناسباتش را دارد.

خاطرتان باشد در روزهای جشنواره فیلم فجر دوسال پیش و دقیقا بعد از پرونک شدن قضیه ورود پول‌های مشکوک به سینما و پروژه‌های شبکه نمایش خانگی، چالشی در نشست‌های خبری جشنواره شکل گرفته بود که برای تولید فیلم سینمایی‌شان چقدر پول خرج کرده‌اند و این پول را از کجا آورده‌اند؟ قریب به اتفاق تهیه‌کننده‌هایی که در بخش خصوصی فعال هستند از پاسخ به این سوال طفره می‌رفتند و اصلا خودشان را ملزم به پاسخگویی در این مورد نمی‌دانستند، تهیه‌کنندگانی هم که از نهادهای دولتی پول گرفته بودند از اعلام هزینه تولید فیلم‌شان پرهیز می‌کردند. برای سینمایی که در فضای پنهانکاری قد بلند کرده، تصور شفافیت قراردادها و دستمزدهایش، کمی سخت است. تکرار این رویه پنهانکاری نتیجه‌ای جز این نخواهد داشت که تولید آثار سینمایی گرفتار یک گرانی‌فروشی و انحصار تولید شود، نتیجه چنین رویه‌ای فیلم‌هایی هستند که هزینه گیشه و خرج‌شان یکی نیست.

جمال ساداتیان، تهیه‌کننده «متری شیش‌ونیم» که سال گذشته فیلمش در رده دوم فروش فیلم قرار گرفته بود، دی‌ماه سال گذشته در مصاحبه با رادیو پرده، از واقعیت تلخ تولید در سینمای ایران برداشت. او گفت: «از ابتدای امسال تاکنون تنها سه فیلم سینمایی سود کرده‌اند و دو فیلم به هزینه اولیه خود رسیده‌اند و مابقی فیلم‌ها همگی ضرر کرده‌اند. ما فیلم‌هایی داریم که حتی هزینه پخش خودشان را هم برنگردانده‌اند. ۱۰ میلیارد تومان هزینه ساخت متری‌شیش‌ونیم شد که با سه میلیارد هزینه پخش فیلم مجموعا ۱۳ میلیارد تومان می‌شود، از طرف دیگر فیلم ما ۲۷ میلیارد تومان فروخت که با کسر مالیات بر ارزش افزوده ۲۴ میلیارد باقی ماند که نصف آن به سینماها و نصف دیگر آن به ما رسیده است»، با این اوصاف شاید بتوان گفت سینمای ایران در بخش تولید به حال ورشکستگی رسیده است، اما جای این سوال باقی است که کدام بخش، این سینما را سرپا نگه داشته و ورود بخش خصوصی به سینمایی که بازگشت سرمایه ندارد با چه هدف و برنامه‌ای است؟ سوالی که ممکن است چندسال بعد در دادگاه‌های فساد اقتصادی پاسخش داده شود.

عدم شفافیت قراردادهای مالی تهیه‌کنندگان فقط مختص سینما نیست و این مساله در سایر حوزه‌های فرهنگی هم دیده می‌شود و آسیب‌های دامنه‌داری به‌بار آورده است. اردیبهشت پارسال، محمدعلی بهمنی، شاعر و ترانه‌سرای نامدار و پیشکسوت کشورمان در گفت‌وگو با «فرهیختگان»، در جواب این سوال که «شما صراحتا وجود مافیای موسیقی را تایید می‌کنید یا رد؟» گفت: «مافیای موسیقی داریم، اما در وجود ما باید رد شود، زیرا مثل یک مقوله غیبی است که انجام می‌گیرد. مافیا طوری نیست که بشناسیدش و وجود خارجی داشته باشد، اما وقتی خروجی‌اش را می‌بینید دیگر حدس نیست و دست‌هایش را می‌توانید در امور مختلف موسیقی ببینید.» بهمنی در همین مصاحبه اشاره جالبی به حدس نیست و دست‌هایش دارد. یا قرار گرفتن تمام مناسبات اقتصادی و قراردادهای سرمایه‌گذاران حوزه فرهنگ، در یک اتاق شیشه‌ای، مهم‌ترین بخشی که منتفع خواهد شد خود حوزه فرهنگ و هنرمندان هستند.

طبیعی است که تولید سریال و فیلم هم مثال از فضای فرهنگی بیرون از صداوسیما باشد و لاجرم تهیه‌کنندگان تلویزیونی با هنرمندان بیرون از سازمان برنامه می‌سازند. البته این احتمال قوی‌تر است که همین نبود سازوکار مشخص در قرارداد پروژه‌های هنری و عدم شفافیت مالی در فضای فرهنگی کشور از دل همین فضای مالی صداوسیما به بیرون کشیده شده باشد. با این حال صداوسیما، شهرت خاصی در پنهانکاری و البته فشل بودن قراردادهای مالی دارد. خود این مساله، لابی‌های گوناگونی را شکل داده است؛ از تولید سریال بگیرید تا تولید برنامه‌های ورزشی. یکی از همین موارد که سال گذشته «فرهیختگان» هم به آن ورود کرد، مربوط به بی‌مبالاتی سازمان در بستن قرارداد مالی با سازندگان برنامه ورزشی ۹۰ بود. سوال درمورد درآمدهای ۹۰ از تمامی افزونه‌های یک برنامه اعم از سایت اینترنتی، اپلیکیشن و سامانه پیامکی بود و ما همچنان منتظریم پاسخی از سوی عادل فردوسی‌پور و مدیران سازمان داده شود که رسانه‌های پیرامونی برنامه ۹۰ زیرنظر سازمان فعالیت می‌کردند یا خیر و اینکه آیا سازمان بر هزینه‌ها و درآمدهای این رسانه‌ها نظارت داشته است یا خیر؟

شفافیت، سریع‌ترین و کم‌هزینه‌ترین سازوکار برای مبارزه با انحصار تولید برنامه در تلویزیون است. هنرمندانی که عمده شهرت‌شان را تلویزیون به دست آورده‌اند، بعد از مدتی در سایه همین عدم شفافیت مالی، دست به گران‌فروشی می‌زنند. یکی از همین موارد که دی‌ماه سال گذشته در روزنامه‌ها به آن اشاره کردیم، قرارداد عجیب مهران مدیری با صداوسیما برای تولید سری جدید برنامه «دورهمی» بود. قرارداد ساخت دورهمی در معاونت سیما به‌شکلی تنظیم شده بود که برای هر قسمت حدودا ۳۵۰ میلیون تومان به تهیه‌کننده پرداخت می‌شد و علاوه‌بر آن، ۳۰درصد از درآمد تبلیغات بازرگانی قبل، حین و بعد برنامه هم متعلق به آنها بود. صداوسیما هیچ گاه سندی در تکذیب این قرارداد منتشر نکرد، ولی آنچه مسلم است عقد چنین قراردادی و گران‌فروشی آشکار سازندگان دورهمی در سایه عدم شفافیت شکل گرفته بود. یکی از نمونه‌هایی که می‌توان از آفات همین عدم شفافیت مالی دانست، بی‌اعتمادی نسبت به دریافتی هنرمندان است، حتی اگر سندی هم در این باره منتشر شود. اوایل هفته پیش، علی علیزاده یکی از فعالان رسانه‌ای به کمک جدل تلویزی، توانست رضا رشیدپور مجری برنامه‌های تلویزیونی را وارد یک بازی رسانه‌ای کند. علیزاده با ادعای افشاگری درخصوص دستمزد این مجری، دریافت فرد ۲۰ میلیون تومان برای اجرای هر برنامه را مطرح کرد. با اعلام این رقم و واکنش‌های فعال مجازی، رشیدپور در جواب این فعال توئیتری، سند خواست و دراکنش به هجمه‌هایی که در فضای مجازی علیه او شکل گرفته بود، با یکی از رسانه‌ها گفت‌وگو کرد و در بخشی از آن عنوان کرد که شبکه‌سه مجاز است اسناد قراردادهایش را منتشر کند. ساعتی پس از همین گفت‌وگو کورش کمرای، مدیر روابط عمومی شبکه سه طی یک رشته توئیت همراه اسنادی که ضمیمه شده بود، اعلام کرد کل هزینه‌های یک قسمت از برنامه «حالا خورشید» ۲۲/۵ میلیون بوده است.

از همان اول هم می‌شد حدس زد که وقتی پای این جور مباحث به کل کل‌های توئیتری کشیده شود، پایان قصه با خواهد ماند. به‌خصوص که طرف مدعی، هیچ‌سندی برای انتشار نداشت و دیگری هم به‌خاطر ملاحظات سازمانی و همین طور جنجالی که به‌پا شده بود، در انتشار این سند دست‌وپا بسته بود. علیزاده اسناد منتشرشده را قبول نداشت و ادعای روابط عمومی شبکه‌سه را هم نپذیرفت. بی‌اعتمادی ناشی از عدم شفافیت مالی است که بر کل نظام مالی صداوسیما سایه افکنده است و فرقی نمی‌کند مجری و تهیه‌کننده از رضا رشیدپور باشد یا مهران مدیری یا حتی عادل فردوسی‌پور.

اما در چنین شرایطی که وقتی پای این جور مباحث به کل کل‌های توئیتری کشیده شود، پایان قصه باز خواهد ماند. به‌خصوص که طرف مدعی، هیچ‌سندی برای انتشار نداشت و دیگری هم به‌خاطر ملاحظات سازمانی و همین طور جنجالی که به‌پا شده بود، در انتشار این سند دست‌وپا بسته بود. علیزاده اسناد منتشرشده را قبول نداشت و ادعای روابط عمومی شبکه‌سه را هم نپذیرفت. بی‌اعتمادی ناشی از عدم شفافیت مالی است که بر کل نظام مالی صداوسیما سایه افکنده است و فرقی نمی‌کند مجری و تهیه‌کننده از رضا رشیدپور باشد یا مهران مدیری یا حتی عادل فردوسی‌پور.

باید در یک نگاه اجمالی درخصوص شفافیت در قراردادهای تلویزیونی، سینمایی و ... باید به دو نکته مهم اشاره کرد: اول اینکه در مطالبه شفافیت قرارداد یک برنامه یا اثر یا محتوا و میزان مخاطب، بزرگی و کوچکی پروژه به‌طور کلی دقت کرد، اینکه آیا رقم قرارداد فلان برنامه یا تلویزیون بالاتر از حد استاندارد است یا مناسب بالا؟ اما در برخی کنش‌های رسانه‌ای اخیر ورود به رقم دکتر و صدا برد و ... رخ داد. اگر رقم یک برنامه گران باشد باید مطالبه واقعی کردن قراردادها صورت بگیرد، اگر رقم مناسب است دیگر اینکه چه رقم‌هایی به عوامل داده شده ربطی به مطالبه شفافیت ندارد. دوم اینکه ما و هر گروه و فردی که مدافع شفافیت در حوزه مالی است باید تکلیف خودش را با استانداردهای آن حوزه روشن کنیم، ملاک رقم مناسب و معقول چیست؟ آیا برخی جریان‌های رسانه‌ای به‌جای واقعی کردن رقم‌ها مطالبه تعطیلی برنامه‌سازی و تولید فیلم‌های بزرگ دارند؟ معیار قبول یک قرارداد حرفه‌ای در حوزه سرگرمی با رقمی قابل دفاع چیست؟ قبلا هم که در «فرهیختگان» از رقم نجومی برنامه دورهمی کلاره کردیم، مطالبه ما واقعی کردن رقم بود نه تعطیلی برنامه.

میلاد جلیل‌زاده
روزنامه‌نگار

نتیجه‌گیری متنی که آن را می‌خوانید در انتها قرار است به اینجا برسد که وجود شفافیت مالی در صداوسیما، حتی به بهتر شدن کیفیت برنامه‌های آن کمک خواهد کرد. شفافیت مالی صداوسیما اگرچه ممکن است منافع عده‌ای به‌خصوص را در معرض خطر قرار دهد، اما به‌نفع بقای کلی این مجموعه و به‌نفع تمام مردم ایران است. درباره سازمانی صحبت می‌کنیم که افرادی با تعداد حداقل ۱۰ برابر نیروهای مازاد در نیارش، تحت عناوین استخدام رسمی و قراردادی از آن حقوق می‌گیرند، اما هنوز ساخت مهم‌ترین برنامه‌ها را برون‌سپاری می‌کند و حساب‌وکتاب همه اینها دور از دسترس عموم و غیرقابل سنجش است. وظیفه صداوسیما این است که رسانه مردم باشد و صدای آنها را بازتاب بدهد. به‌علاوه، این صداوسیماست که وظیفه دارد بدون چشمداشت سود مالی، به تقویت زیرساخت‌های فرهنگی و رسانه‌ای و کشف استعدادهای نو در کشور بپردازد.

چیزی که چنین مجموعه‌ای را از این ریل خارج می‌کند، ملزم شدن آن به رعایت منافع کسانی است که منابع مالی آن را از محلی غیر از خزانه عمومی تامین می‌کنند؛ ساده‌اش می‌شود اسپانسرها. آنچه اسپانسرها می‌پسندند، لزوما همان چیزی نیست که همه مردم می‌پسندند یا به نفع آنهاست. کوچک شدن این مجموعه تاحدی که در چند شبکه اصلی محدود بماند، بهتر از آن است که شبکه‌های متعددی داشته باشد، تا بتواند آنتن بیشتری در اختیار متقاضیان تجاری قرار دهد، اما درعوض کیفیت کار را هرروز پایین‌تر بیاورد. مسئولان این مجموعه عظیم مرتب در توجیه بسیاری از رفتارهای غلط مدیریتی و ضعف‌های کیفی، کمبود بودجه در صداوسیما را بهانه می‌کنند؛ حال آنکه صورت‌های مالی این مجموعه هیچ‌گاه به‌طور کامل، شفاف و قابل بررسی منتشر نشده است و جز مدیران سازمان هیچ مرجعی تایید نکرده که صداوسیما واقعا به‌دلیل تنگناهای مالی است که مجبور به انجام بسیاری از رفتارهای غیرقابل قبول می‌شود. اساسا چه کسی به صورت‌های مالی این مجموعه دسترسی کامل دارد که بتواند چنین ادعایی را راستی‌آزمایی کند؟ صداوسیما به دلیل اینکه دست به کار کسب درآمد شده و قاعده‌های این کار را اولویت خود قرار داده، از رسال‌های اصلی‌اش بازمانده؛ رسالت‌هایی که برای بعضی از آنها هیچ نهاد یا مجموعه جایگزینی در ایران وجود ندارد. تجاری شدن اولویت‌های سازمان صداوسیما درکنار عدم شفافیت مالی آن، به کیفیت ارتباط مردم با مسئولان کشور از طرفی و تربیت اجتماعی مردم از طرف دیگر و مسائل بنیادین دیگری از این دست صدماتی جدی زده است.

تقویت‌وتربیت زیرساخت‌های فرهنگی، علمی‌ورسانه‌ای کشور وظیفه سازمان صداوسیماست. صداوسیما باید دانشگاه باشد نه بنگاه. تنها جایی که می‌شود در آن به کشف استعدادهای نو در هنر زمینه‌ای امید داشت، مجموعه‌ای بود که از منبع عمومی تامین مالی می‌شود و قرارت ریسک برای کشف استعدادهای جدید را داشت، اما اگر باید یک بنگاه رسانه‌ای طرف باشیم، این بنگاه ناچار است چهره‌هایی را که قبلا مطرح شده قرارداد بامبث‌های گراف خریداری کند تا از رقابت تجاری جا نماند. رقم‌های شوکه‌کننده‌ای که هرازچندگاهی درباره دستمزدهای نجومی، بعضی چهره‌های مشهور در رسانه‌ها مطرح می‌شود، نشان می‌دهند که این مجموعه چقدر از راست‌اصلی‌اش فاصله گرفته است.

بسیاری از چهره‌هایی که امروز برای کار با صداوسیما دستمزدهای افسانه‌ای طلب می‌کنند، در دوره‌ای که این سازمان هنوز تازه‌نفس شکل بنگاه اقتصادی پیدا نکرده بود، در همین مجموعه توانستند استعدادهای خودشان را نشان بدهند و آوارِ آمِ به‌شهرت برسند. امروز اصداوسیما عقیم شده است و نمی‌تواند چهره جدیدی معرفی کند، چون چهره‌ای نو در جذب اسپانسرهای تجاری بخشی ندارند. یا لااقل در مجموعه صداوسیما، چندسال به‌بعد مجبوریت کشف و معرفی چهره‌های مشهور به بیرون از این سازمان منتقل خواهد شد و همین هزینه‌های صداوسیما راحتی از امروز بالاتر و کیفیت کار آن راحتی از امروز پایین‌تر می‌آورد.

واکنش تعدادی از تهیه‌کنندگان حاضر صداوسیما در گفت‌وگو با «فرهیختگان»، نسبت به سوال شفافیت مالی برنامه‌های تلویزیون

حفظ‌رتبه‌ها نکاری، رقم‌های بالا

جنجالی که انتشار مبلغ دستمزد رضا رشیدپور برای اجرا و تهیه‌کنندگی برنامه «حالا خورشید» ایجاد کرد، باعث شد بحث لزوم شفافیت در صورت‌های مالی صداوسیما دوباره به‌طور جدی مطرح شود. این چندمین بار است که طی سال‌های اخیر انتشارها بیشتر است. گفته شد افشای چنین رقم‌هایی از قراردادهای صداوسیما، جنجال به‌پا می‌کند. دیگر حتی نمی‌شود مطالبه شفافیت مالی صداوسیما را به جناح سیاسی یا گروه و فرقه به‌خصوصی نسبت داد، زیرا جز ذی‌نفعان این نوع قراردادها، تقریبا تمام این فعال توئیتری، سند خواست و دراکنش به هجمه‌هایی که در فضای مجازی علیه او شکل گرفته بود، با یکی از رسانه‌ها گفت‌وگو کرد و در بخشی از آن عنوان کرد که شبکه‌سه مجاز است اسناد قراردادهایش را منتشر کند. ساعتی پس از همین گفت‌وگو کورش کمرای، مدیر روابط عمومی شبکه سه طی یک رشته توئیت همراه اسنادی که ضمیمه شده بود، اعلام کرد کل هزینه‌های یک قسمت از برنامه «حالا خورشید» ۲۲/۵ میلیون بوده است.

از همان اول هم می‌شد حدس زد که وقتی پای این جور مباحث به کل کل‌های توئیتری کشیده شود، پایان قصه باز خواهد ماند. به‌خصوص که طرف مدعی، هیچ‌سندی برای انتشار نداشت و دیگری هم به‌خاطر ملاحظات سازمانی و همین طور جنجالی که به‌پا شده بود، در انتشار این سند دست‌وپا بسته بود. علیزاده اسناد منتشرشده را قبول نداشت و ادعای روابط عمومی شبکه‌سه را هم نپذیرفت. بی‌اعتمادی ناشی از عدم شفافیت مالی است که بر کل نظام مالی صداوسیما سایه افکنده است و فرقی نمی‌کند مجری و تهیه‌کننده از رضا رشیدپور باشد یا مهران مدیری یا حتی عادل فردوسی‌پور.

اما در چنین شرایطی که وقتی پای این جور مباحث به کل کل‌های توئیتری کشیده شود، پایان قصه باز خواهد ماند. به‌خصوص که طرف مدعی، هیچ‌سندی برای انتشار نداشت و دیگری هم به‌خاطر ملاحظات سازمانی و همین طور جنجالی که به‌پا شده بود، در انتشار این سند دست‌وپا بسته بود. علیزاده اسناد منتشرشده را قبول نداشت و ادعای روابط عمومی شبکه‌سه را هم نپذیرفت. بی‌اعتمادی ناشی از عدم شفافیت مالی است که بر کل نظام مالی صداوسیما سایه افکنده است و فرقی نمی‌کند مجری و تهیه‌کننده از رضا رشیدپور باشد یا مهران مدیری یا حتی عادل فردوسی‌پور.

چه کسی از شفافیت ضرر می‌کند؟

طبیعتا برای تهیه‌کنندگانی که با شرایط فعلی مشغول به کار در صداوسیما هستند، شفاف‌شدن تمام صورت‌های مالی، یک شوک بزرگ محسوب می‌شود؛ اما بهترین برنامه‌سازان مجموعه و خلاق‌ترین هایشان همان‌هایی اند که کمتر از چنین ناحیه‌ای صدمه می‌خورند. اگر تفاوت تهیه‌کنندگی در تلویزیون و دلالی برای آن روشن شود، این هم مشخص خواهد شد چه قرآرام‌های خلاق‌تر، کمتر از تهیه‌کنندگان دیگر بابت شفافیت مالی صدمه می‌خورند. خلاقیت هنری و مخاطب‌شناسی یک تهیه‌کننده، می‌تواند او را به‌سمت کشف استعدادهای نو سوق دهد، اما وضعیت موجود در صداوسیما تنها کسانی را میدان‌دار اصلی صحنه کرده است که در دلالی بین شرکت‌های اسپانسر و چهره‌های معروف با صداوسیما فعال هستند. مقدم‌پور چنین چیزی را متاثر از ضعف و ناپختگی در مدیران سیما می‌داند. اومی گوید: «مثلا مهران مدیری برنامه‌ای مثل «دورهمی» یا یک برنامه ترکیبی می‌سازد که دقیقه‌ای ۲۰-۳۰ میلیون تومان برآورد آن است و من همان را با دقیقه‌ای ۴۰۰ هزار تومان باید تولید کنم. تفاوت‌ها خیلی زیاد است و این به مدیریت برمی‌گردد. مدیریت‌هایی که در سازمان اتفاق می‌افتد، واقعا به مقوله برنامه‌سازی و تولید، اشراف کافی ندارند. سازمان باشتاب چنین مسیری را می‌رود. به یک نفر آن قدر بها می‌دهند و بزرگش می‌کنند تا در چارچوب‌هایی که برای گردونه‌ها تنظیم‌مقابل آن قرار می‌گیرد. بارها اتفاقات مشابه این افتاده و شاهدش بوده‌ایم. این روند خیلی خیلی حالب نیست. موقعیت و فضایی را برای یک‌فرد ایجاد کردند و رفته‌رفته‌آن قدر این فضا برای این فرد بزرگ ووسیع می‌شود که به خود سازمان هم باسختگونیست. «اسلامیان» از بازیگران در این مورد هم تقریبا همان‌طور مقدم‌پور را دارد: «پرسیده می‌شود چرا این مجری برای برنامه تلویزیونی هزینه‌ می‌شود یا چرا میهمان این میزان دریافت می‌کند، چندین میلیون تومان به خواننده یا بازیگری که خود تلویزیون او را بزرگ کرده است، پول می‌دهند تا نیم ساعت خاطرات دوران کودکی خود را تعریف کند یا پرت‌وپلاهای شاعرانه زندگی‌اش را بگوید. وقتی سوال می‌شود که چرا چنین است و درضمن توزیع‌شان بین اسپانسری است یا پول این برنامه را بیرون تامین شده است. اسپانسر دنبال منافع شخصی خودش است. برای اسپانسر روان و مؤثر مردم یا تبلیغ آموزش و تاثیری که برنامه روی مخاطب دارد مهم نیست.» اما تهیه‌کننده که معتقد است این رقم‌های بسیار بالا در عقد قراردادها مطلقا استثنا هستند و پرداخت به آنها را مفید نمی‌داند، می‌گوید: «تخلف همه‌جا ممکن است صورت گیرد، ولی نمی‌توانید به کل سازمان تعمیم دهید. هر مثالی بزنید، نهایتا دورهمی و خندوانه است، برنامه سومی وجود ندارد که چنین مبالغی گرفته باشد. تازمانی که من در خندوانه بودم چنین اتفاقی نیفتاد و بعد از آن را خبر ندارم. شاید خندوانه هم استثنا شد و به‌هرحال این دو برنامه را نمی‌توان به

ادامه در صفحه ۱۳

ادامه از صفحه ۱۲

پروژه شفافیت یا شفافیت پروژه‌ای؟

در شرایط دشوار اقتصادی، شفافیت نسخه نجات‌بخش برای سالم‌سازی و کیفیت‌بخشی به فرهنگ است، اما این نسخه پیچی قواعدی دارد

بی‌عدالتی بین تهیه‌کننده‌های سازمان

مسئولان اداره مالیات و بازرسان صداوسیما که به سازمان بازرسی کل کشور متصلند، تنها کسانی هستند که گفته می‌شود تحت هر شرایطی می‌توانند به قراردادهای سازمان صداوسیما دسترسی داشته باشند. غیر از این حتی خود تهیه‌کنندگان سازمان هم اطلاع رسمی و مونثقی از چندوچون کار هم ندارند. ممکن است عوامل پروژه‌ها یکی باشند و حرفوحدیث‌هایی راجع به دستمزدشان در پروژه‌های مشابه، پیش همکاران شان بزنند. البته بین عوامل فنی خیر چندانی از دستمزدهای نجومی نیست، مثلا تصویربردار یک برنامه معمولی شبکه خبر میلغی بالاتر از تصویربردار «دورهمی» یا «خندوانه» نمی‌گیرد. حالت دیگر این است که تهیه‌کنندگان تلویزیون شاید چیزهایی را به‌عنوان درگوشی‌های دوستانه به بعضی همکاران‌شان بگویند، اما اینها نهایتا به آنجا منجر خواهد شد که هرازچندگاهی خبر یک قرارداد نجومی در صداوسیما توربود و بعب خبری ایجاد کند بی‌اینکه بشود در اکثر موارد حتی جلوی همان قرارداد لوفرته را گرفت، چه رسد به قراردادی مشابه. این وضعیت قبل از این فرد بزرگ ووسیع می‌شود که به خود سازمان هم باسختگونیست. «اسلامیان» از بازیگران در این مورد هم تقریبا همان‌طور مقدم‌پور را دارد: «پرسیده می‌شود چرا این مجری برای برنامه تلویزیونی هزینه‌ می‌شود یا چرا میهمان این میزان دریافت می‌کند، چندین میلیون تومان به خواننده یا بازیگری که خود تلویزیون او را بزرگ کرده است، پول می‌دهند تا نیم ساعت خاطرات دوران کودکی خود را تعریف کند یا پرت‌وپلاهای شاعرانه زندگی‌اش را بگوید. وقتی سوال می‌شود که چرا چنین است و درضمن توزیع‌شان بین اسپانسری است یا پول این برنامه را بیرون تامین شده است. اسپانسر دنبال منافع شخصی خودش است. برای اسپانسر روان و مؤثر مردم یا تبلیغ آموزش و تاثیری که برنامه روی مخاطب دارد مهم نیست.» اما تهیه‌کننده که معتقد است این رقم‌های بسیار بالا در عقد قراردادها مطلقا استثنا هستند و پرداخت به آنها را مفید نمی‌داند، می‌گوید: «تخلف همه‌جا ممکن است صورت گیرد، ولی نمی‌توانید به کل سازمان تعمیم دهید. هر مثالی بزنید، نهایتا دورهمی و خندوانه است، برنامه سومی وجود ندارد که چنین مبالغی گرفته باشد. تازمانی که من در خندوانه بودم چنین اتفاقی نیفتاد و بعد از آن را خبر ندارم. شاید خندوانه هم استثنا شد و به‌هرحال این دو برنامه را نمی‌توان به کل سازمان تعمیم داد.» البته چنین مواردی اگرچه محدود در برنامه‌های ستاره‌محور تلویزیون می‌شود، اما لااقل بنایه اخباری که تاکنون درز پیدا کرده، محدود به همین دو برنامه که فرحانی اشاره می‌کند، نبوده است.

چه کسی از وضع موجود حمایت می‌کند؟

عده‌ای از تهیه‌کننده‌های سیما هستند که تمام تمرکزشان روی استفاده از چهره‌های مشهور و جذب اسپانسرهای تجاری از این طریق است. اگر شیوه ستاره‌محوری صداوسیما به‌هم بخورد، طبعاً در چنین افرادی استعداد به‌خصوصی برای نوع دیگری از فعالیت نیست و آنها روی همین حساب امرار دارند که وضع موجود را تنها گزینه‌ای که پیش روی مدیران سازمان است، جا برنتند. در سینما هم این مسئله وجود دارد. کسانی که بسیاری از سینماگران ایران از آنها با عناوینی مثل «مافیای اکران» یاد می‌کنند، اتفاقا در سینما نمی‌دهند که یک فیلم بدون ستاره پرفروش شود تا مبادا الگوهایی که جا افتاده‌اند و خودشان در آن یک‌تار هستند، به‌هم بخورد. سال گذشته فیلم‌هایی مثل «نفس» یا «۲۳ نفر» از همین ناحیه صدمه می‌کنند و می‌گوید برنامه من «۹۰» درصد مخاطب دارد. کسی می‌گوید دروغ می‌گویید؟ مردم شاید بگویند دروغ می‌گوید ولی کسی از او برناخواست نمی‌کند چون یک است. می‌گوید من هستم و از همه بهترم و پرمخاطب‌ترین هستم. همه این افرادی که اسم می‌بردیا استعدادهای جوانی که وارد تلویزیون می‌شوند، و در همین تلویزیون رشد می‌کنند و دستمزدشان از ۲۰۰ هزار تومان به ۲۰ میلیون تومان می‌رسد. وقتی خود تلویزیون قواعدی بگذارد و این قواعد را برای همه محکم‌رعایت کند، آن آدم اگر نخواست باید از تلویزیون بیرون برود. این همه آدم از تلویزیون بیرون رفتند، مگر اتفاقی برای آن افتاد؟ این همه بازیگر به بازیگر که جیم رفتند، این همه بازیگر و مجری اعلام کردند که با تلویزیون همکاری نمی‌کنم، اتفاقی افتاد؟ هیچ اتفاقی برای تلویزیون رخ نمی‌دهد، چون تنها است، «فرحانی می‌گوید: «مثل رضا رشیدپور چند نفر دارید؟» می‌توانید دونمونه مثال بزنید؟ رشیدپور در سازمان اجرا نبود و همین اجراها را کل سازمان تعمیم داد.» البته چنین مواردی اگرچه محدود در برنامه‌های ستاره‌محور تلویزیون می‌شود، اما لااقل بنایه اخباری که تاکنون درز پیدا کرده، محدود به همین دو برنامه که فرحانی اشاره می‌کند، نبوده است.

چرا چوب مالی داریم یا نداریم؟

جواد فرحانی می‌گوید که ۸۰درصد از برنامه‌های سیما چارچوب‌های مشخصی برای عقد قراردادها دارند و دستمزدهای کلان متعلق به سگرمحدودی از برنامه‌هاست. او کم‌حرفش را اصلا حرف نمی‌زند و حتی رقم ۹۰درصد را دقیق‌تر می‌داند. نگاهی کوتاه به سابقه فرحانی نشان می‌دهد که او خودش حوزه‌هایش ۱۰ درصدی است که اعتقاد دارد باید استثنا زد در موردش پذیرفت: «مگر چند تا مهران مدیری داریم؟ چندتا رضا رشیدپور داریم؟ اگر این چهره‌های معروف نباشند که مردم تلویزیون نگاه نمی‌کنند، اما اسلامیان دستمزدهای نجومی ستاره‌ها در سیما را نه موازی استثنایی و پذیرفته‌شده توسط قانون، بلکه نوعی دورزدن قانون معرفی می‌کند: «چارچوبی که برای هر برنامه‌ای سطح تعیین کند و به همه طبق رتبه‌ای که در آن قرار دارند، دستمزد یکسان پرداخت شود، الان وجود دارد. اگر این چارچوب وجود نداشته باشد نمی‌توان برای تلویزیون برنامه‌سازی کرد. منتها دوستان این چارچوب را می‌شکنند. مثلا برنامه «کلاه‌قرمزی» چطوری برآورد می‌شود که دقیقه‌ای ۷/۵ میلیون می‌شود درحالی که کل فضای آن پلاتوی مجری است و اصلا سریال محسوب نمی‌شود؟ همین برای من جای سوال بود. علاقه‌مند بودم دفترچه برآورد این برنامه را ببینم و بررسی کنم که این کدها را چطور تنظیم می‌کنند که این رقم درمی‌آید. ۴۵ دقیقه‌می‌ایستند، ۱۰-۱۲ عروسک با یک مجری هستند. حتی اگر دستمزد اینها را در ۱۰۰ ضرب کنید، بازهم این مقدار درنمی‌آید.» البته «اسلامیان» به استثناهایی که مورد اشاره فرحانی قرار گرفت هم اشاره می‌کند، منتها با لحنی دیگر: «برای تولید برنامه در تلویزیون و برآورد مالی کردن، چارچوب، اسلوب و جدول کل وجود دارد؛ یعنی مجری برنامه طبقه الف، مجری برنامه طبقه ب، مجری برنامه طبقه‌ج، هرکدام در نرخ‌های مشخصی دارند، ولی ملاحسان علیخانی را نمی‌توانید در این چارچوب بیاورید. چون می‌گویند این احسان علیخانی است و گفته برنامه‌ای این مقدار می‌گیرم و اگر نمی‌خواهید می‌روم. مدیران می‌گویند آنتن به این مجری نیاز دارد، پس این میزان را پرداخت می‌کنم. این را مدیر بالاسری او می‌دهد. این سوال را باید از چه کسی بپرسید که چرا این مبلغ رامی‌دهید؟ از مدیر باید بپرسید مشوق که به‌هردلیلی نمی‌پرسند. اگر کسی هم سوال ببرسد و جواب نمی‌دهد، «وجواد فرحانی لحنی متفاوت با همکارش راجع به تصمیمات مالی مدیران صداوسیما دارد: «نه در شأنیت من به‌عنوان تهیه‌کننده است و نه در شأنیت افرادی است که کار می‌کنند بخواهند مستقیم در این موارد دخالت کنند؛ مسئولیت با مدیر ارشد است.»

با این همه کارمند رسمی و قراردادی، چرا برون‌سپاری تولیدات؟

جواد فرحانی که در برنامه‌اش از هنرپیشه‌ها به‌عنوان میهمان استفاده می‌کند درباره چارچوب مبالغی که به این افراد پرداخته می‌شود، می‌گوید: «هرکسی هرچقدر بخواهد می‌گیرد. براساس بودجه‌ها آدم می‌آوریم.» اما مساله فقط میهمانان برنامه‌های تلویزیونی نیستند. مرتب گفته می‌شود که هزینه‌های سرسام‌آور صداوسیما به‌دلیل آن است که باید حقوق کارمندان پرتعدادش را بپردازد. حتی عنوان شده که تمام بودجه سازمان صرف پرداخت حقوق‌ها می‌شود و هزینه تولیدات باید توسط اسپانسر تامین شود. اما این حجم انبوه به کارمندان، چرا صداوسیما هنوز تولیداتش را برون‌سپاری می‌کند؟ «اسلامیان» این گونه پاسخ می‌دهد: «ترجیح تهیه‌کننده این است که برای بالابردن کیفیت کار آن را به بیرون سازمان ببرد. ممکن است تولید کار در داخل با عوامل رسمی قدری کیفیت را کاهش دهد. به‌هرحال کارمند رسمی خیلی دل به کار نمی‌دهد چون حقوق ثابت خود را دریافت می‌کند و چنین خصلت‌هایی در اینها ایجاد شده است. تهیه‌کننده هم برای اینکه کار را بهتر کند، برون‌سپاری می‌کند. ولی اینها روی برآورد و هزینه‌ها تاثیری ندارد. همان دستمزدی که به نیروهای داخل می‌دهد را باید به آنها هم بدهد. مساله اینجاست که همین برون‌سپاری خودش راه فرار است چون وقتی برنامه را بیرون می‌برید، عددها و هزینه‌ها و مبالغی که هزینه می‌کنید، شفاف نیست. وقتی عوامل بیرون را استفاده می‌کنید، قرارداد بین شما با آنهاست. قرارداد با تهیه‌کننده است و با صداوسیما نیست. س