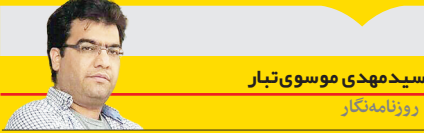


از برنامه‌های ورزشی تلویزیون چه می‌خواهیم؟

همسر دوم بکهام یا راه‌های پیروزی گواردیولا

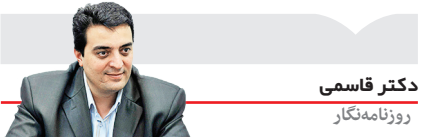


سیدمهدی موسوی‌تبار

روزنامه‌نگار

آیا فوتبال جادو می‌کند؟ علم است؟ قرار است لحظات خالی و غمگین ما را پر کند؟ هرچه باشد و

یادداشت



دکتر قاسمی

روزنامه‌نگار

در دنیا موضوع برنامه‌های ورزشی از چند منظر بحث می‌شود. در کشور ما هم بوده اما با نگاه علمی به آن کمتر نگریسته شده است، امیدواریم رسانه نیز در نگاه خودش از قضاوت‌های سطحی نسبت به برنامه تلویزیونی و محتوای آن به بررسی از جهات مختلف قرار گیرد. مایلم از دو منظر اصلی این بحث را دنبال کنیم. اول مدیریت رسانه است، این رسانه‌ها با توجه به هویتی که دارند و منابع مالی که از آنها ارتزاق می‌کنند، به سه دسته اصلی تقسیم می‌شوند که ما به زبان ساده آنها را به دو دسته دولتی و خصوصی

نمونه‌های موفق خارجی

match of the day



90 minute

۹۰ دقیقه یک برنامه تلویزیونی از شبکه RAI است که از سال ۱۹۷۰ پخش شده است. این برنامه ورزشی توسط موریزو بارنسون، پائولو والنٹی و رمو پاسکوچی ساخته شده است و نتایج و گزارش‌های مربوط به مسابقات فوتبال سری A و B را ارائه می‌دهد، شهرت آن بین دهه‌های ۱۹۷۰ و اوایل دهه ۱۹۹۰ به دلیل محبوبیت گروه متنوع از خبرنگاران در ورزشگاه‌ها بود. ساختار برنامه شبیه به برنامه‌های مشابه بود و البته حاشیه‌هایی نیز در روزهای برگزاری جام‌جهانی ۹۰ در ایتالیا و پس از نرسیدن میزبان به فینال به وجود آمد.



گفت‌وگو

درباره برنامه‌های ورزشی موفق و نمونه‌هایی که ساخته شده یا می‌تواند ساخته شود، گزارشی تهیه می‌کنیم. نظر شما را می‌خواستم در این باره بدانم. معمولاً وقتی گزارشی می‌کنید کار فنی و کارشناسی هم انجام می‌دهید، برنامه اگر به سمت بحث‌های فنی برود، جذاب‌تر است یا همان بحث حاشیه‌ها باشد؟ نسبت این دو باید چقدر باشد تا هم مخاطب راضی باشد و هم

خواصی که نگاه می‌کنند، راضی باشند؟

در تلویزیون به اعتقاد من پخش مسابقات فوتبال اصلاً نیازی به گزارشگر ندارد و گزارشگر حتماً باید مفسر و تحلیلگر هم باشد چون فقط گفتن اینکه حسن به حسین پاس داد، سانتر می‌کند و توپ را گل کرد، معنی ندارد چون بیننده این را می‌بیند. این برای گزارش رادیویی است. تلویزیون به اعتقاد شخص من نیازی به گزارشگر ندارد. در صورتی که همیشه تاکید می‌شود گزارشگر همواره باید گزارش کند و این گروهی که چنین عقیده‌ای دارند ضمن احترامی که برای آنها قائل هستیم در رسانه‌ها محترم هستند، اشتباه می‌کنند چون گزارشگر در تلویزیون نباید فقط گزارش کند. بیننده همه چیز را می‌بیند، دنبال حاشیه است. یکی حاشیه و دیگری تفسیر مهم است. گزارشگر تلویزیونی هم باید حاشیه را برای بیننده توجیه کند و توضیح دهد و هم قادر به تفسیر و تحلیل باشد یعنی مربی کلاس فوتبال باشد.

هر هدفی که برایش متصور شویم از تعداد روزافزون مخاطبانش کم نمی‌کند. آنها که از وجودشان برای برد تیم محبوب‌شان مایه می‌گذارند و شب‌ها را با غم احتمالی شکست یا مرور لحظات غرورآفرین معشوقه مدرن‌شان صبح می‌کنند. در این میان، برنامه‌های ورزشی در همه جای جهان، آتش این

عشق را شعله‌ورتر می‌کنند. اما مخاطبان این برنامه‌ها قابل تفکیک هستند. بعضی از فوتبال، دعوا و حاشیه و کل‌کل می‌خواهند و برخی دیگر دنبال افزایش آگاهی‌هایشان از دآوری و تاکتیک‌های روز هستند. نگاهی به مهم‌ترین برنامه‌های ورزشی و فوتبالی در جهان ما را به ساختار تقریباً ثابتی می‌رساند؛ تحلیل

توجه‌به‌اثرسنجی

گردونه رقابت و توجه به حاشیه‌ها بعضی‌مواقع از کیفیت و ارزش‌های فاخر دور هستند و به دنبال ارزش‌هایی می‌روند که برای مخاطب جذاب‌تر است.

معمولاً ارزش‌های خبری که در برنامه‌سازی‌ها رعایت می‌شود و در جذب مخاطب هم مؤثر است، شامل مواردی چون تازگی، شهرت، تضاد، شگفتی، دربرگیری، مجاورت و برخورد می‌شود و می‌تواند جذابه ایجاد کند و مخاطبان بیشتری را سمت خود بکشاند.

در برنامه‌سازی تلویزیونی و ورزشی می‌توانیم تقسیم‌بندی ساده‌ای بکنیم. برنامه‌هایی داریم که شامل گفت‌وگوهای آوانگارد، خاص و تخصصی می‌شود.

محبوب‌ترین برنامه ورزشی تلویزیون انگلیس در فصل برگزاری لیگ برتر هر شنبه و یکشنبه پس از آخرین بازی هر روز به مجری گری لینکر، ستاره سابق تیم ملی انگلیس روی آنتن می‌رود. این برنامه بیش از هشت کارشناس ندارد و بقیه را به این جمع راهی نیست! آلن شیر، گراهام سوسن، دیوید پلات، گری نویل و جیمی کرگر از اصلی‌ترین کارشناسان برنامه هستند و محتوای هر برنامه، یک خلاصه حدود هشت دقیقه‌ای از هر بازی هر روز لیگ برتر به تفکیک حساسیت است؛ خلاصه‌ای کامل که حواشی روی سکوها را هم به‌شکل محدود به نمایش می‌گذارد. پس از هر خلاصه، دوربین به استودیوی شیک اما ساده برنامه برمی‌گردد و روی صحبت هر کارشناس راجع به هر بازی، فورمیشن و شماتیک تاکتیکی به نمایش درمی‌آید. بحث‌ها کاملاً فنی است و برای هر بازی، یکی از آن هشت کارشناسی که ترجیحاً سابقه بازی در تیم آنالیزشده را دارد، رشته کلام را به‌دست می‌گیرد. این برنامه کارشناس دآوری ندارد و فقط اگر صحنه به‌شدت مشکوک رخ دهد، از طریق تماس و ارتباط غیرحضوری، خیلی کوتاه نظر داوران پرسیده می‌شود. بحث درباره حواشی تیم‌ها معمولاً جایی در برنامه ندارد.

Football Focus



برنامه‌ای از شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی است که فوتبال را پوشش می‌دهد. این برنامه معمولاً در طول فصل فوتبال پخش واز سال ۲۰۰۹، توسط «دان واکر» اجرا می‌شود. هنگامی که این برنامه در سال ۱۹۷۴ راه‌اندازی شد، بخشی از یک برنامه طولانی بعدازظهر شنبه Grandstand بود، اما از آگوست ۲۰۰۱، مستقل شد و

Grandstand در سال ۲۰۰۷ نیز متوقف شد. این برنامه درحال حاضر یک مجله هفتگی است، با گزارش‌هایی از سراسر کشور در تمام سطوح فوتبال انگلیس و اسکاتلند؛ درواقع پیش‌نمایش برنامه آخر هفته و نتایج بازی‌ها پیش از لیگ‌راپیش‌بینی می‌کند. از آنجا که بی‌بی‌سی حقوق مادی لیگ برتر را دارد، Football Focus همچنین لحظات کلیدی مسابقات میانه هفته را نیز نشان می‌دهد. قبل از شروع مسابقه روز دوم، اغلب اولین فرصت برای بینندگان است تا تجزیه و تحلیل بازی‌های یکشنبه و دوشنبه لیگ برتر را ببینند. مطابق با بازی‌های روز مفسرانی مانند استیو ویلسون، گای مویر، جان‌اتان پیرس و سیمون برادرتون، در برنامه حضور می‌یابند.

تلویزیون نیازی به گزارشگر ندارد

فردا این حاشیه‌ها را می‌بیند این گروهی که می‌تواند تحصیل‌کرده و بافرهنگ باشد دوست دارد یک مجموعه و پکیج را ببیند. من شخصاً با اینکه از جهات مختلف مبارزه می‌کنم تا اینجا موفق بودم و توانسته‌ام گزارش‌های خود را به‌عنوان یک مجموعه تقدیم بیننده کنم، هم تفسیر هم تحلیل هم انتقاد و حتی طنز دارد و هم حاشیه دارد و هم اینکه کسی خوب باشد، می‌گویم خوب است و کسی که خوب نیست را می‌گویم خوب نیست. برنامه ورزشی باید برنامه‌ای باشد که حاشیه و تفسیر هم داشته باشد.



میهان

علیرضا باقر

فنی‌سازی، هایلایت بازی‌ها، حاشیه‌های جذاب و البته دآوری مسابقات. بخشی از مخاطبان فن بیان کارشناس را از حرف‌هایی که می‌زند، مهم‌تر دانسته و بیشتر دوست دارند. برخی کارشناسان هم هستند که زیاد می‌دانند اما نمی‌توانند خوب و درست حرف بزنند. گروه دیگری از مردم که حاشیه و بخش جنبی

طبیعتاً این‌گونه برنامه‌ها مخاطبان خاص و علمی دارند. نوع دیگر برنامه‌ها با رویکرد عام ساخته می‌شود و دنبال جذب مخاطب عام است. رسانه در نوع اول، مخاطبان گسترده نمی‌خواهد و می‌خواهد نیازهای علمی و اقناعی یک گروه محدود را برآورده کند. در نوع دوم می‌خواهد نیازهای تمام مخاطبان را در سطوح جامعه برطرف کند. این نوع دوم حساس و بحث‌برانگیز است. در اینجا شاخص‌هایی چون امنیت ملی، اخلاق و ارزش‌ها وجود دارد که رسانه‌ها در همه‌جای جهان باید آنها را رعایت کنند. در تحقیقاتی که انجام‌شده به این نتیجه رسیده‌اند هرگاه ارزش خبری شهرت و برخورد کنار هم

یادداشت

باید دست‌مان باز باشد

قیاس برنامه‌های ورزشی داخلی با خارجی از بیخ و بن اشتباه است چون از لحاظ فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی نمی‌توان مقایسه کرد و اگر حرفی هم بزنم، خروجی نخواهد داشت. حتی مقایسه دو کشور اروپایی در نوع برنامه‌سازی به نظر من مقایسه‌ای اشتباه است.

آیا می‌توانیم فوتبال خود را با فوتبال امارات یا هر کشور دیگر مقایسه کنیم؟ نظر من این است که نگاه ما باید کلاً عوض شود. همان‌طور که رانندگی ما یک نوع خاصی است، رفتار اجتماعی ما یک نوع خاصی است، دست آنها باز است و ماست و به درست یا غلط بودن آن کار ندارم، برنامه‌سازی ما هم خاص خود ما باید باشد. دست آنها باز است و هرچه لازم باشد و امکان آن وجود داشته باشد را دارند. تفاوت عمده ما با آن نوع برنامه‌سازی این است که آنها خیلی راحت حرف می‌زنند و با هم شوخی می‌کنند، خیلی با هم دیالوگ دارند ولی در ایران به لحاظ ساختار اجتماعی و فرهنگی نمی‌توانیم.

مثلاً موفقیت لینه‌کر در برنامه «مچ‌آوددی» بیشتر به این دلیل است که قدرت مانور بیشتری دارند، راحت‌تر هستند. ما به حدی ملاحظات در گزارش‌ها و اجراها داریم که احساس می‌کنیم اگر جمله‌ای بگوییم که به یکی بر بخورد بی‌خود و بی‌جهت در حاشیه وارد می‌شویم و هیچ‌کسی از ما دفاع نخواهد کرد. نمونه بارز این مساله بازی استقلال و پارس جنوبی‌چم بود که جمله ساده همداری بیان می‌کنیم که اسمی از کسی هم آورده نمی‌شود ولی در هزار خبرگزاری و هزار آدم باید جواب بدهیم؛ مشکل این است.

هنوز این فرهنگ رشد پیدا نکرده است. البته مربی‌ها و فوتبالی‌های ما هم با توجه به عدم شناخت، نه‌اینکه بگویم چون من فوتبالیست بودم، چون سابقه دارم و چون مدرک مربیگری دارم، باید به نظر من احترام بگذارند، متأسفانه چون این میکروفن عرصه گزارشگری اجرا در اختیار هر فرد غیرمتخصصی قرار گرفته، این واکنش‌ها هم وجود دارد ولی وقتی لینه‌کر صحبت می‌کند کسی به خود جرات نمی‌دهد موضع‌گیری کند. خداداد عزیزی به‌عنوان مجری برنامه استعدادیابی می‌کند. من نمی‌توانم از خداداد ایراد بگیرم چون زیر و بم فوتبال را بلد است و هم من و هم مردم می‌پذیرند ولی متأسفانه چون در رسانه‌ما نگاهی آمده که هر کسی مجری است و هر کسی گزارشگر است، به خود اجازه می‌دهد در هر زمینه‌ای اظهارنظر کند، برای همین یک مربی این را نمی‌پذیرد. با چه رزومه‌ای درباره تیم من، بازیکن من، ساختار تیم من نظر می‌دهید.

در فوتبال خارجی هم جرات نمی‌کنیم درباره کسی نظر بدهیم. حتی بازی‌های خارجی بدتر است. به این رسیدیم که ایراد اصلی ما ساختار فرهنگی است و باید درست شود. اگر درست شود، خیلی راحت‌تر خواهیم شد. تو خود

حدیث مفصل یخاون از این مجمل!

این برنامه‌ها در کشورهای مختلف بوده، اکثراً هدف اول و اصلی آنها تفسیر و تحلیل یک مسابقه بعد از بازی‌هاست. در زمان پخش مستقیم هم گزارشگرانی که انگلیسی صحبت می‌کنند که متوجه می‌شوم، زیاد آن هدفی که من به‌عنوان گزارشگر در کشور خود دارم، آنجا هم نمی‌بینم. در کشورهایی که انگلیسی گزارش می‌کنند هم نمی‌بینم. من، اینکه دو نفر پشت میکروفن قرار بگیرند را اصلاً قبول ندارم، یعنی فقط شکل گزارشگر بنشینند و فوتبال را تعریف کنند. در کشورهای مختلف این وجود دارد و در کشور ما هم چند سال قبل این کار را می‌کردند. این کار واقعاً کم‌دی است. گزارشگر باید اختیار تا در ۹۰ دقیقه داشته باشد.

می‌گویند پیرسیدر نظر شما درباره این ۱۰ دقیقه بازی چیست؟ تا ایشان نخواهد نظر بدهد توپ به جلوی دروازه می‌رسد و گل می‌شود. این کار ناپسند و محکومی از نظر من است. در کشورهای خارجی هنوز هم این را می‌بینم. توپ وقتی میانه‌میدان است یا در چارچوب زمین می‌رود، شما نظر کارشناس را ببرسید. اولاً مفسر کار تلویزیون و خلاصه‌گویی را بلد نیست و در دو تا سه جمله نمی‌تواند نظر را بیان کند. همه همکاران برای من محترم هستند، چه کسانی که تازه وارد می‌شوند و چه کسانی که قدیمی هستند اما هیچ‌کدام از نظر فنی به فوتبال مسلط نیستند. اگر چیزی یاد گرفته‌اند، طی ۶ یا ۱۰ سالی که گزارش کرده‌اند، آموخته‌اند.