

در آفساید ماندن به وقت یورو



فرهنگ

سه‌شنبه ۱۹ تیر ۱۴۰۳

شماره ۴۱۸۱

FARHIKHTEGANDAILY.COM

FARHIKHTEGANONLINE

ایمان عظیمی
خبرنگار گروه فرهنگ

همزمانی یورو ۲۰۲۴ با انتخابات ناگهانی چهاردهمین دوره ریاست جمهوری موجب نشد تا مردم و خوره‌های فوتبالی دست از تماشا‌های آن بردارند و عیش دیدن یکی از باکیفیت‌ترین تورنمنت‌های این ورزش مهیج را به نیش نکشند. فراوانی انتخاب‌ها میان صداوسیما و برنامه‌های اینترنتی نیز به طرفداران این اجازه را می‌داد تا با خیال راحت مسابقات را پیگیری کنند و معطل فضاهای رسمی باقی‌نمانند. اما آیا صرف فراوانی برنامه‌های ورزشی

برای پوشش دادن مسابقات و راضی کردن دل مخاطب کافی است؟ آیا نباید در کنار کمیت نیم‌نگاهی هم به کیفیت این برنامه‌ها داشت؟ چه ایرادی دارد اگر برنامه‌های فوتبالی در کنار سرگرم کردن مردم، آنها را به صورت نیمه‌تخصصی با حوزه کارشناسی فوتبال آشنا کنند و با پیگیری این ایده از هر تماشاگر یک کارشناس بالقوه بسازند؟ در میان برنامه‌هایی که یورو ۲۰۲۴ و حواشی آن را پوشش دادند ویژه‌برنامه شبکه ورزش با اجرای جواد خیابانی، خداداد عزیز و رسول مجیدی و همین‌طور فوتبال ۳۶۰ با اجرای عادل فردوسی‌پور و محمد بحرانی بیشتر از دیگر برنامه‌ها نگاه تیزبین مخاطب و فوتبال‌دوستان را به

خود جلب کرده‌اند. اولی به خاطر بخش شدنش توسط رسانه ملی با تعداد زیادی بیننده بالقوه و بالفعل و دومی به دلیل حضور مجری برنده شده و مخالف خوانش سرزبان‌ها افتاده‌اند و تکه‌های بامزه و اینستاگرام‌پسندشان فضای مجازی و حتی واقعی را پر کرده است. اما برنامه خیابانی-مجیدی کمتر و فردوسی‌پور-بحرانی به شکلی جدی‌تر نگاه کارشناسی در برنامه خود را با ویرال شدن‌های آنی و مقطعی تاخت زده‌اند و تقریباً هیچ‌وقتی اهمیت برای تحلیل مسابقات قائل نیستند. البته نباید حضور افرادی همچون فرشاد کریمی و اشکان دژاگه در ویژه‌برنامه شبکه ورزش را کم اثر تلقی کرد ولی این بخش آنقدر در حاشیه است که

به هیچ‌وجه نمی‌تواند نماینده تام و تمام طیفی از مخاطبان لقب بگیرد که به شکلی جدی فوتبال را دنبال می‌کنند و این ورزش برایشان به وعده غذایی می‌ماند. در واقع این نگرش سلبریتی محور از طرف صداوسیما و برنامه‌های ورزشی خصوصی است که فوتبال را نیز همچون سینما به خاک سیاه نشانده و وضعیت را به جایی کشانده که بازیگران سینمای کم‌بینه ایران صحنه‌گردان اصلی‌اش شده‌اند و در کنار فوتبالی‌های سابق، آنتن را خرج خاطرات بی‌مایه و بی‌ربط خود می‌کنند تا فوتبال موضوع عیشش را در کنار سلبریتسم کور جست‌وجو کند و از دور بررسی کارشناسانه خارج شود.

دورهمی عادل فردوسی‌پور با دوستان

عادل فردوسی‌پور از وقتی تبدیل به مجری تمام‌وقت تلویزیون در فصل پخش تورنمنت‌ها و لیگ داخلی و لیگ‌های مطرح اروپایی شد مدام به این موضوع به نحو مستقیم و غیرمستقیم اشاره و تاکید می‌کرد که برنامه‌های مشحون و مملو از نگاه‌های کارشناسانه است و مخاطبان الیت فوتبالی را هم در کنار مردم عادی به خود معطوف می‌کند. در ابتدا هم تلاش ویژه‌ای از خود نشان داد تا با دعوت از کارشناسانی نظیر مرتضی محمص، جلال چراغ‌پور و... در کنار کارشناسان حوزه داوری همچون دکتر پرویز سیار و محمد فنایی فقط و فقط به خود فوتبال بپردازد و از آنچه به او ارتباطی ندارد دوری کند. او نه عصاقورت دادگی امثال اسکندر کوتی و عباس بهروان را داشت و نه مثل دیگر هم‌نسلانش مونوتون و یکنواخت گزارش می‌کرد. فردوسی‌پور هوش هیجانی بالایی داشت و بدقلقی‌اش با مدیران سازمان هم به راحتی تحمل می‌شد چون ۹۰ حکم نوشدارو را برای سازمان داشت و مانع از کوچ اساسی بینندگان تلویزیون به دیگر رسانه‌ها می‌شد. اما این برنامه رفته رفته به بلندگوی سلبریتی‌ها تبدیل شد و حضور آنها به شکل گاه‌وبی‌گاه در ۹۰ به امری کاملاً عادی تبدیل شد. در اواخر اسفند سال ۱۳۹۰ بود که برنامه ۹۰ با دعوت از رامبد جوان، حبیب رضایی و سروش صحت

عرصه را برای حضور هرچه بیشتر سلبریتی‌های سینمایی مهیا کرد و فوتبال را تنها به دستاوری برای وجه‌المصالحه با مدیران سیما قرار داد تا این راه ادامه یابد و چراغش خاموش نشود. اما این رابطه تاکسیک هم در نهایت به خط پایان رسید و فردوسی‌پور بساطش را در جای دیگری پهن کرد تا به فعالیتش ادامه دهد. پایان ۹۰ آخر کار فردوسی‌پور نبود و وی پس از کنش و قوس‌های فراوان برنامه فوتبال ۳۶۰ را طراحی و از طریق پلتفرمی به همین نام از خرداد ۱۴۰۱ پخش کرد. ۳۶۰ را می‌توان ادامه راهی دانست که فردوسی‌پور در اواخر حضورش در شبکه سه سیما در قالب برنامه ۹۰ پی گرفته بود. او برنامه‌اش را با حضور علی دایی، مهدی طارمی، کارلوس کی‌روش و اسکوپچ جولو برد و در همان روزهای آغازین به عنوان رقیبی برای برنامه فوتبال برتر شناخته شد. اما فردوسی‌پور مغبون فوتبال ۳۶۰ برای اینکه توجه‌ها را به سمت خود معطوف کند دست به دامان حواشی و اتفاقات زرد شد و روزه‌روز بیش از پیش از متن پرداختن به فوتبال فاصله گرفت و این‌بار با شدت بیشتر زمان برنامه‌اش را در اختیار سلبریتی‌های بی‌ربط یا سوژه قرار داد. او حتی در گفت‌وگو با اهالی فوتبال و بازیکنان تیم ملی بیشتر به دنبال لگد انداختن به کارفرمایان سابق خود بود و از هر فرصتی

که در اختیارش گذاشته می‌شد بهره می‌برد تا در ظاهر هم که شده سمت بخش ناراضی مردم از شرایط اقتصادی، سیاسی و اجتماعی قرار بگیرد و ضعفش در برنامه‌سازی را از دید دیگران پنهان کند. به طور مثال هرچند عدم استفاده از صحنه‌های فوتبال خارجی در یوتیوب برای وی دردسر درست کرده است ولی فقدان ایده را باید در انتخاب و چینش میهمانان برنامه دانست. استفاده از جذابیت‌های ظاهری بازیگران نام‌آشنای سینما و شبکه نمایش خانگی و افرادی نظیر پژمان جمشیدی که در دیده شدن با مهران رجبی مسابقه گذاشته است، صرفاً در ابتدا جذاب خواهد بود و هر قدر اپیزودها و آیم‌ها با حضور این سلبریتی‌ها به شکل خام و بی‌کارکرد ادامه پیدا کند، مخاطب را فراری می‌دهد و نسبت به دنبال کردن برنامه بی‌میل می‌کند. بخش مهم، تاثیرگذار و محوری ۳۶۰ گفت‌وگو‌هایی است که شخص فردوسی‌پور با میهمانانش ترتیب می‌دهد. اگر بخش اول گفت‌وگو با علی دایی را با ۵۴۸ هزار بیننده در یوتیوب ملاک قرار دهیم، درمی‌یابیم که این برنامه با گذشت دو سال نه تنها نتوانسته آن‌طور که می‌خواهد مخاطب را به تماشا‌های خودش فرابخواند بلکه با تقدیم کردن وقت و زمان مردم به بازیگران سینما و تلویزیون

که هیچ ربطی به فوتبال هم ندارند و تقریباً در تمام محصولات باکیفیت و بی‌کیفیت شبکه نمایش خانگی بازی کرده‌اند، عملاً بخش قابل توجهی از تماشاگرانش را از دست داده است. برای نمونه حضور دوباره رامبد جوان در برنامه فردوسی‌پور این بار در قالب ۳۶۰ تنها ۲۱۳ هزار بازدیدکننده در فضای یوتیوب به همراه داشت! این اتفاق حاوی چند پیام اساسی بود؛ هرچند حضور سلبریتی‌ها در برنامه‌های مختلف می‌تواند در ابتدا بازخورد خوبی داشته باشد اما با مصرف پرشتاب این ایده، مخاطب به سمت تماشا‌های چیزی می‌رود که ارزش مصرفی آنی و در لحظه‌اش بیشتر از خاطرات بی‌مزه و خند فلان بازیگر و بهمان آدم معروف به دردش بخورد و به اصطلاح روزش را بسازد. شاید بتوان تنها نقطه روشن مجموعه ۳۶۰ را یادگست فوتبال خارجی آن دانست که با شور و حرارتی مثال‌زدنی توسط آرش حقیقی و پویان عسگری (در فصل‌های قبل) اجرا می‌شود. فن مخاطب قرار دادن و اقتناع کردن بیننده آن هم در رابطه با فوتبال و کل‌کل‌های کار ساده‌ای نیست ولی اجراکنندگان و نویسندگان این بخش از ۳۶۰ به مباحثی سرگرم کردن مردم، اطلاعات و آنالیز دقیقی از فوتبال ارائه می‌دهند و در کار خود جدی نیز هستند.

تکرار و دیگر هیچ

شبکه سه سیما پای ثابت مسابقات ورزشی، خاصه فوتبال است. حمید محمدی و پیمان اسدیان با اجرای ویژه‌برنامه یورو ۲۰۲۴ انتظارات حداقلی از خود را برآورده کرده‌اند اما باید گفت که این برنامه برخلاف برنامه فردوسی‌پور و جواد خیابانی از طرف دیگر بام می‌افتد. دلایل هم آن است که هیچ راهبرد و همچنین تاکتیکی در نحوه پرداختن به سوژه‌ها و به شکل یکنواخت و گاه حوصله‌سربر کارش را ادامه می‌دهد. البته این برنامه نه مخاطبانش را دست‌کم می‌گیرد و نه به فکر هوا کردن فیل و ویرال شدن است اما فقدان جذابیت و نداشتن یک ایده مرکزی منسجم در برنامه‌سازی، کاری با اجرای درست و محترمانه حمید محمدی و پیمان اسدیان کرده که رسماً در هیچ کجای ذهن بیننده نقش نداشته باشد و به زودی فراموش شود. شاید برگزاری انتخابات ریاست جمهوری باعث شده تا یکی از معدود فرصت‌های تلویزیون در جذب و همراهی مردم از دست برود و با دامن زدن به حرف‌ها و رویدادهای تکراری تنها مطرح شدن در فضای غیررسمی مجازی دل خوش کند.

هزل آنتن با سس اضافه

شبکه ورزش با استفاده از الگوهای امتحان پس‌نداده پیشین باز هم جواد خیابانی و خداداد عزیز را کنار یکدیگر قرار داد و در قالب ویژه‌برنامه‌ای برای یورو ۲۰۲۴ روانه آنتن کرد. این برنامه با وجود برخورداری از تمام ظرفیت‌های فوتبالی و با دعوت از بازیکنان سابق فوتبال در هیئت کارشناس بازم نتوانست جز تکه‌برانی‌ها و دعوای ساختگی و واقعی میان خیابانی، رسول مجیدی و خداداد عزیز آورده‌ای برای بینندگان داشته باشد. تلویزیون با وجود تمام انتقادات نسبت به سوتی‌ها و اشتباهات بسیار زیاد جواد خیابانی نه تنها از وی کمتر استفاده نمی‌کند، بلکه در برنامه‌های مختلف با ربط و بی‌ربط بازم از وی دعوت به عمل می‌آورد و با این کار روی مغز مخاطبان رژه می‌رود. انگار نه انگار که خلق‌الله هم پس از فراغت از کار روزانه نیاز به آرامش دارند و این حق برای آنها محفوظ است که بازی تیم موردعلاقه‌شان را شخص دیگری گزارش کند. کل‌کل‌های میان خداداد عزیز و خیابانی هرچند ویرال و در فضای مجازی میان کاربران دست به دست می‌شوند اما ذره‌ای نمی‌توانند به آمار مخاطبان صداوسیما اضافه کنند چون کاربری که این صحنه‌ها را