

بیشتر مخاطبان شبکه سه را با عنوان شبکه جوانان و سرگرمی می شناسند، این شبکه قصد دارد در کنار برنامه های مختلفی که روی آنتن برده، مسابقه معرکه را با اجرای یک بازیگر شناخته شده پخش کند. بر این اساس، مسابقه «معرکه» با اجرای جواد رضویان از این پس جمعه، شنبه و یکشنبه از شبکه سه سیما پخش می شود. معرکه برنامه ای در حوزه مسابقه و سرگرمی است که در هر قسمت دو گروه برای کسب جایزه با

### «معرکه» جواد رضویان به شبکه ۳ رسید

با عوامل برنامه «فوتبال ۱۲۰»

# کسی را بگیریم



جزئیاتش بداند. در واقع روایت را با می کنیم. انگار مخاطب، همزمان با آنکه درباره هر لحظه از آن فوتبال فیلم، نشان لژیونر در لیگ های مختلف بها سخت است، یک تیم زحمت ها دسترسی پیدا کند. همچنین، کاملا براساس پژوهش است. در تألیفی داریم و سعی می کنیم برای مقاله بخوانیم و چند فیلم ببینیم و بتوانیم به یک متن برسیم و پس از می شود. آن را می خوانیم. ایایی که در بخش های مختلف و چهره هستند. این گونه همگانان های ورزشی تلویزیون کم سابقه هستند. کارمان هم خیلی سخت است. چون نمی خواهیم در خیلی از حوزه ها دخالت کنیم. برخی برنامه ها هستند که ربطی به آنها ندارد و نیروی لژیونری می آورند فقط برای آن که وایرال دهند. ما خود را مقید کردیم فقط در حوزه برنامه این کار کنیم. اوایل می خواستیم در کافه فوتبال چند بازیگر بیاوریم که وایرالی بگیریم و گفتیم نه. مهمانان با توجه به همه محدودیت ها، قابل قبول بوده و خیلی های شان برای خود ما غافلگیری کننده بود که روی خط برنامه آمدند و صحبت کردند. **کاظم زاده:** ببینید می توان یک رویکرد داشت تا سراغ چهره های شناخته شده یا هرینه های بسیار زیاد برویم و قطعاً گفت وگویی جذابی می شود، چون بخشی از یک گفت وگو سمت برنامه و مجری و تیم محتوایی و سردبیری است. یک بخش هم مربوط به جذابیت و بیان مهمان برنامه و آن چهره است. این ساده ترین راه است برای این که مخاطب خود را راضی کنیم و اسم های بزرگ دنیای فوتبال را بیاوریم و با آنان گفت وگو کنیم. یک قسمت دیگر می شود عمق گفت وگو و این که واقعا چیزی به مخاطب تان بدهید و محتوایی ارائه کنید که

یکدیگر به رقابت می پردازند. این مسابقه با اجرای سیدجواد رضویان به تهیه کنندگی حمید مراوندی و کارگردانی محمدرضا رضاییان جمعه، شنبه و یکشنبه حوالی ساعت ۲۲ و ۲۰ دقیقه از شبکه سه سیما پخش خواهد شد. مسابقه معرکه با اجرای جواد رضویان و تهیه کنندگی حمید مراوندی و کارگردانی محمدرضا رضاییان روی آنتن خواهد رفت. مدتی قبل بود که سیدجواد رضویان برنامه ای به نام

تاکنون نبوده. این مساله، نیاز به اشراف کلان روی آن موضوع دارد که باید تیم محتوا و مجری داشته باشند تا بتواند با شخصی که در فوتبال اروپا نفس می کشد، پشت یک میز بنشینند و گفت وگو کنند. به اشراف عمیقی نیاز دارد تا بتواند موضوعاتی را که دغدغه مردم ایران در فوتبال اروپاست با قیاس با فوتبال داخلی بیان کند. به نظرم یک پیچ بسیار تند است که هر کسی نمی تواند از پس آن برآید. در واقع ما به هر قیمتی نخواستیم یک چهره یا مهمان خارجی داشته باشیم. تلاش کردیم همزمان به محتوا و عمق توجه کنیم. پرنسک لیورپول وقتی عنوان لیورپول به او می جسد، چهره جذاب می شود اما پرنسک لیورپول آدمی نیست که همه فوتبالی های ایران او را بشناسند و باید با او درباره چه صحبت کنیم؟ این که چرا مصدومیت های امروز فوتبال این قدر زیاد است و بتوان از آن نکته جذاب برای مخاطب مطرح کرد. وقتی با یک وکیل رسمی فیفا صحبت می کنید، در مورد سوریلگی می گوید که متابعش بسیار کم است و اگر هست صرفا ترجمه هایی است که بعضی از سایت ها منتشر کرده اند. پس باید چیزی اضافه بر آن و تحلیل داشته باشید. این اتفاقی است که تک تک بچه های محتوایی از تهیه کننده گرفته تا تیم سردبیر و بنده به آن پایبند بودیم. در واقع می خواستیم از نظر محتوا حرفی برای گفتن داشته باشیم و این در همفکری تیم، شکل می گرفت. برای رسیدن به ایده هم جلسه می گذاریم و باهمه بچه ها درباره آن صحبت می کنیم که چه نکاتی را مطرح کنیم.

**۴۱ این تفاوت هایی که اشاره کردید در حوزه اجرا هم قطعا اتفاق افتاده. آقای کاظم زاده به این مساله اشاره کنید که چقدر این تغییر را در اجرا العاظ کردید؟ شما فرد تازه کاری نیستید و تیپ و صدایی که همیشه دارید برای خودتان است و کاراکتر خود را دارد. چه کار کردید که هم مخاطب پس نزنند و هم تیپ مستقل خود را داشته باشید و نگران نبودید که پس از مجریان دیگر وارد این برنامه شدید؟**  
**کاظم زاده:** اگر حرفه ای به این مساله نگاه کنیم، اجرای برنامه فوتبال ۱۲۰ نسبت به اجرای سایر برنامه های ورزشی، کاملا متفاوت است. من به کرات تجربه اجرا در حوزه فوتبال ایران را داشتم. اجرا در فوتبال ایران یک اجرای مطالبه گر است و کلام مجری بسیار مهم است و این شخصیت در فضای بلیشوی فوتبال به چشم می آید و نمود پیدا می کند. در عین حال، جدیت مجری می تواند خیلی جذاب باشد. نوع پوشش بر اساس آن اجرا باید رسمی باشد.

اما فوتبال ۱۲۰ این طور نیست. چالشی که روزهای اول داشتم و در موردش از یکی دو نفر نقد شنیدم که درست بود، این است که در فوتبال ۱۲۰ کسی نیامده مجری و بیان مجری را ببیند و آمده فوتبال اروپا را ببیند و برای من که از آن فضا کنده شدم و به فضای فوتبال ۱۲۰ آمدم و این انتقال را تجربه می کنم، خو گرفتن با این فضا ابتدا کمی سخت بود و هنوز هم هست. نظر دارم که کوتاه بگیریم و کاری نداشته باشم که چه اتفاقی می افتد و آئیم ها جای من صحبت کنند. اینجا کسی نیامده که مجری را ببیند، آمده فوتبال اروپا را ببیند و مجری باید با این موضوع کنار بیاید. این برای مجری ضعف نیست و به هیچ عنوان جایگاه اجرا را پایین نمی آورد. این جنس اجرای فوتبال ۱۲۰ است.

نهایتا در گفت وگو هایت می توانی صحبت کنی با تمام محتوا را در کوچک ترین بسته ممکن به مخاطب ارائه دهی. در فوتبال ایران مساله کاملا متفاوت است. همه آمدند ببینند تو چطور می گویی اما در فوتبال اروپا اصلا به دنبال این نیستند. با گذشت سه چهار قسمت از این برنامه کاملا برابیم مسلج شد در اینجا لزومی ندارد خود را ارائه کنم، با هر میزان سابقه ای که دارم، باید جلوی

«عید حسایی» روی آنتن شبکه نسیم داشت و چندی بعد هم با «جادوگر» در شبکه نمایش خانگی دیده شد. البته او در تجربه کارگردانی اش آثار قابل توجهی را از خود به یادگار گذاشته که فیلم سینمایی «زهر مار» بیش از دیگران مورد بحث قرار گرفت. این مسابقه در کنار دیگر برنامه هایی است که با حضور چهره های مطرح به آنتن رسیده تا آنتن زمستانی تلویزیون را گرم کند.

خودم را بگیرم. در حقیقت مقابل ناب ترین فوتبال دنیا قرار می گیریم که خودش حرف می زند. باید تعادل ایجاد کنم که کار سختی است و از هر طرفش که بلغزیم، دچار خطا می شویم. اجرای محمدحسین میناقلی و حمید محمدی، کاملا متفاوت بوده و اجرای هر کدام نقاط قوتی داشته ولی قرار نیست اجرای من نشأت گرفته از هر کدام از این دو باشد و هر یک از اینها در فضای خودشان بودند. اجرایی که در این سری مخاطب می بیند، اجرای حافظ کاظم زاده است. خوب یا بد، اجرای خودش است. در واقع اجرای خاص خودش و به صورت خاص برای برنامه فوتبال ۱۲۰ است نه برنامه ورزشگاه. این چالشی بود که این طور در ذهنم مرور می کردم و به خودم می گفتم «تو باید اولاً ساختار پوششی ات را بشکنی و جلوی دوربین کمی اسپرتر باشی، چون مخاطب تیپ رسمی تو را نمی پذیرد و باید کلاست را بشکنی و شکل شوخی ها و بیانات عوض شود». در برخی نقدها به تعریف و شاید توهین می گفتند: «تو برو استدأب کمدی اجرا کن» که این برایم نقطه قوت بود که ساختار جدی شکسته شده و به نظرم اتفاق مثبتی بود. یعنی مخاطب پذیرفته بود که کاظم زاده در اینجا آن کاظم زاده برنامه های دیگر نیست، این برایم نکته مثبتی بود و جدای از بحث پوشش و کلام، موزیکویی باید اتفاق می افتاد و خیلی سعی می کنم که یک وقت

به گراف چیزی نگویم. چون این اجرای فوتبال ۱۲۰ و با اجرای برنامه های دیگر متفاوت است.

**۴۲ تا الان باز خود را نسبت به اجرای شما چطور بوده است؟ کاظم زاده:** بخشی از بازخورد ها متأثر از این است که ببینند نمی خواهد کسی دیگر جای تیم قبلی باشد و هر کس غییر از او باشد و اجرا کند را پس می زند اما بخش دیگری از بازخورد ها به دورا از فضای تعصب و برابیم بسیار امیدوارکننده بود. در مجموع و به لطف تک تک کسانی که با هم در برنامه کار می کنیم، بازخوردی که از برنامه ۱۲۰ گرفتم بسیار مثبت بود؛ چه از آئیم هایی که تألیف شان یک تألیف سخت است، چه از بحث دکور و تصویر و تک تک ساختاری که برای برنامه فراهم شد و چه در بحث اجرا. این مساله برابیم روحيه بخش بود. آدم های بزرگی در ورزش کشور تماس گرفتند و گفتند برنامه را می بینیم و خیلی خوب بود.

**چاوشی:** شاید در ابتدا استنباط همه مان این بود که در شروع برنامه، توسط خیلی از سایت ها و رسانه های ورزشی و فوتبالی که به نحوی با تیم قبلی ارتباط و دوستی دارند، بایکوت شویم اما برای مان جالب بود که از قسمت اول، تقریبا همه آئیم های مان را پوشش دادند. البته برخی کالاه ها و سایت های فوتبالی هستند که مانع از انتشار برخی مطالب می شوند. هدف گذاری مان قبل از قسمت یک، این بود که طوری کار کنیم تا اینها بعد از این که ما را نادیده گرفتند، از جایی به بعد دیگر نتوانند نادیده بگیرند. قسمت اول که تمام شد به صفحه ویدئویی یکی از این سایت ها رفتم و دیدم پنج آئیم ما را گذاشته که سردبیر و همه چیزش با تیم قبل در ارتباط بود.

**خسروی:** البته باید بگویم یک نوع بایکوت رسانه ای برای مان وجود دارد و به این شکل است که رنگ می زنند و تعریف می کنند اما مطلبی منتشر نمی کنند.

**۴۳ مصداق همان محبتی است که مدیر شبکه چهار در مورد سیستم نقیشت عقاید روشنفکری مطرح کرد و این در بحث رسانه ای باب شده است. چه مکتوب و چه تصویری و در قالب های مختلف دیده می شود.**



**خسروی:** بله اما اصلی ترین دغدغه ای که تیم ما دارد این است که نقد منصفانه بشنویم و ما را به برنامه مان بسنجند و فنی به آن نگاه کنند. بگویند فلان بخش این برنامه، فلان مشکل را دارد. اتفاقی که برای مان می افتد این است که یک سری از مخاطبان کف فضای مجازی، برنامه را نمی شناسند و فقط می فهمند قیلا تهیه کننده اش فلان فرد بوده. شروع به فحش دادن می کنند. ما نمیادیم که کسی را تخریب کنیم، حتی شاید علاقه ای به این نداشتیم که بعد از افراد مطرح، ریسک و یک برند را بازیابی کنیم اما الان که شده، تحت لیل و زیر پرچم صداوسیما جمهوری اسلامی آمدیم. کسی روی آن مالکیت ندارد و برند سازمان است. روی بحث برندها خیلی احساس مالکیت وجود دارد؛ در حالی که برندهای سازمان هستند و اگر هر کسی به هر دلیلی نمی خواهد با آن همراه باشد این برند می تواند مسیر خود را ادامه دهد.

**خسروی:** برنامه های مختلفی بوده که تولید کردیم و جلو بردیم. اگر فردا سازمان به هر دلیلی نخواهد این برنامه را با تیم دیگری جلو ببرد، طبق قراردادی که با سازمان دارم نباید روی برند برنامه حس مالکیت داشته باشم و فقط به لحاظ احساسی، می توانم.

قدری مکدر شوم که «ای کاش می توانستم آن را داشته باشم». **آشنا:** برخلاف ماریچ سکوتی که شکل می گیرد، وقتی به جمع فوتبالی ها می رویم، می بینیم که چقدر از فضای برنامه تعریف می کنند. این خیلی لذت بخش است. شاید گاهی فکر کنیم اگر چیزی در فضای مجازی دیده نشده، یعنی مورد توجه نبوده اما وقتی به جمع فوتبالی های می رویم، می بینیم این طور نیست.

**چاوشی:** دو هفته پیش آئیم راجع به سانتوس داشتیم و به محلات جنوب شهر رفتم. دیدم راجع به سانتوس حرف می زنند و می گفتند دیشب تلویزیون نشان داد و این خیلی برایم عزیز بود. اول کار خیلی استرس داشتم و به پدر و مادرم که در کاشان هستند رنگ زدم و گفتم خیلی دعا کنید که برنامه حساسی است و باید خوب پیش برود و معتقدم دعای شان کمک مان کرد. یک بار پدرم از مسجد زنگ زد و گفت برنامه ای

که می روی فوتبال ۱۲۰ بود؟ گفتم بله. گفت یکی از آقایان مسجد می گفت برنامه را می بیند و دکورتان چه خوب شده است. یک فرد میانسال، در مسجدی سنتی در کاشان برنامه ما را دیده و بازخورد داده. اینها خیلی برایم عزیز است.

**خسروی:** چند هفته پیش در جلسه شورای مدیران سازمان، آقای برمهانی، معاون سیمای سازمان از حفظ برند فوتبال ۱۲۰ تشکر کرد و به همه شبکه ها و برنامه های دیگر پیشنهاد کرد که اگر تصمیم به حفظ برندی دارید، باید این چنین و با خلاقیت حفظ برند کنید. اینها دلگرم کننده است. وقتی این

ورسانه می دانم، این انتظار را از خانه ای که در آن بزرگ شده ام دارم که یک جاهایی هوایم را داشته باشد. اگر قرار است چهره جدیدی بیاید، جای مرا تنگ نمی کند و او هم قرار است این راه را ادامه دهد و من به عنوان یک برند سازمان باید این را بپذیرم که چهره جدید جای مرا تنگ نمی کند. قطعاً من نمی توانم کاری را که یک فرد ۲۲ ساله انجام می دهد، با این موقعیت انجام دهم. در عین حال، اگر او هم به سن من برسد، باید کاری را که من الان دارم و انجام می دهم، به شکل کامل تر انجام دهد.

چهره های قدیمی و برندهای مطرح سازمان را بگیرند. بخشی از سرمایه سازمان، برندهایش است و سازمان سال ها هزینه کرده تا چهره شوند و مقبولیت پیدا کنند و اگر راحت اینها را از دست دهد، آسیب می خورد. من خودم را فرزند این رسانه می دانم؛ آن هم نه کلامی بلکه به شکل جدی. از ۱۸ سالگی در این رسانه کار کردم و زیرزمین و برنامه های تولیدی کار کردم و دوره های مختلفی را که سازمان در حوزه اجرا گذاشته، گذرانده ام و الان در ۳۵ سالگی به این نقطه رسیدم. دقیقاً تولدم در سازمان بوده و خودم را فرزند سازمان

بگیرد. لذا خودم را محصول دوره ای می دانم که روی این اتفاق سرمایه گذاری کردند.

**کاظم زاده:** دلخوشی چهره ها به حمایت سازمان است و این که نباید اگر اشتباهی صورت می گیرد، اولین اشتباه آخرین اشتباه باشد. این یک بحث خیلی مهم است که دالگرمی می دهد به کسانی که دارند کار می کنند. در عین حال برندهای سازمان همه محصول تلاش خود سازمان بوده اند و باید از آنها صیانت شود. اضافه کردن چهره های جدید به این معنا نیست که جای

مدیران به تیم های دیگری می گویند، برای مان بسیار ارزش دارد. **۴۴ قدری به این نزدیک شدن زبان به دغدغه مخاطب اشاره کنید. این که اشاره کردید موضوع باشگاه های خارجی را برای مخاطب ایرانی مطرح می کنید. این را چطور به دغدغه مخاطب ایرانی نزدیک کردید تا برایش نمایشی باشد؟**

**آشنا:** مخاطب ورزشی این روزها، چه در فضای ورزشی و چه در فضای غیر ورزشی، کاملاً به همه اتفاقات و جدیدترین خبرها دسترسی دارد و دیگر این طور نیست که بگویم مخاطب ایرانی از چیزی خبر ندارد و بقیه خبر دارند. مخاطب ایرانی با توجه به دسترسی هایی که برایش وجود دارد، از همه چیز مطلع است و این کار را برای ما سخت تر می کند؛ چرا که باید یک پله بالاتر برویم. یعنی صرفاً اگر بگویم مثلاً در ماجرای سوپر لیگ این اتفاق افتاده، مخاطب می گوید این را که می دانم، تو چه برای عرضه به مخاطب داری؟ به این علت است که باید یک پله بالاتر باشیم و بگویم تحلیلی که به شما ارائه می کنم این است. بخشی از این مساله، به عشق فوتبال همه ما برمی گردد که از بچگی داشتیم، به آن فضای هواداری که برای همه مان وجود داشته که در نهایت باعث شده درک کنیم دغدغه هواداران مان همی های مختلف چیست، به دنبال چه هستند و چه محتوایی برایشان جذاب تر است؟ مثلاً همین هفته آئیمی درباره منچستر یونایتد و مالک جدیدش داشتیم. وقتی این ور و آن ور نگاه می کنیم، می بینیم موضوعی است که دغدغه هواداران منچستر یونایتد است که تیم شان با وضعیت جدیدی که با آن روبه رو شدند، به چه نتیجه ای می رسد و آیا قرار است پیشرفت کنند؟ به نظر می رسد سایت ها و خبرگزاری هایی هم در چنین موضوعاتی صرفاً خبری کار کرده اند. وقتی می بینیم این دغدغه وجود دارد، تلاش می کنیم به آن پاسخ دهیم.



### گزارش تصویری



### نماهایی

#### از یک نشست

**نشست بررسی برنامه فوتبال ۱۲۰ بهانه ای بود تا عوامل این برنامه گرد هم بیایند و چالش های برنامه بگویند. نشست که هم از تلخی و چالش ها در آن صحبت شد و هم از نقاط مثبت و بازخورد هایی که مخاطبان به برنامه فوتبال ۱۲۰ داده بودند.**

### بحث در فضای دوستانه

«ورزش و مردم» نام یکی از قدیمی ترین برنامه های هفتگی صداوسیماست که سال ها با تهیه کنندگی و اجرای زنده ییاد بهرام شفیع پخش می شد. ورزش و مردم هر هفته جمعه ها از شبکه یک پخش می شد و مخاطبان بسیاری هم داشت. حتی افرادی هم که به فوتبال علاقه ای چندانی نداشتند مخاطب این برنامه بودند.

این برنامه در اسفند سال ۱۳۵۸، با شکل گیری گروه ورزش شبکه یک راه اندازی و یکشنبه شب ها از این شبکه پخش می شد. در ابتدا مهید وارث مجری برنامه بود، اما از سال ۱۳۶۳ بهرام شفیع این کار را برعهده گرفت که تا زمان درگذشت وی نیز ادامه یافت. پس از درگذشت بهرام شفیع، پیمان یوسفی مجری و تهیه کننده برنامه شد.

ورزش و مردم یک برنامه تولیدی بود که به صورت زنده روی آنتن می رفت و سعی می کرد به ورزش های گوناگون بپردازد. در این میان ورزش هایی مانند فوتبال، کشتی، بسکتبال و والیبال به علت گرایش مردم به آنها جایگاه ویژه ای داشت. در برنامه سعی می شود افراد در فضایی دوستانه با هم به بحث بپردازند و انتقاد کنند و از جنجال پرهیز شود.



### دربچه

### زاویه

### نگاهی به اخبار ورزشی هفته

یکی از برنامه های برطرفدار ورزشی که در شبکه دو تولید می شد برنامه «ورزش از نگاه دو» بود که تنها برنامه ورزشی شبکه دو سیما و از قدیمی ترین برنامه های ورزشی صداوسیما به شمار می رفت. در

ابتدا جهانگیر کوثری اجرای آن را به عهده داشت و در طی این چند سال نیز چندین بار مجریان آن عوض شده است. زنده یاد نیما نیاوندیان نیز مدتی اجرای این برنامه را به عهده داشت. مدتی بعد هم اجرای این برنامه با پیمان یوسفی و پوریا تابان و گرازشگر آن نیز امید گل مکانی بود. این برنامه جمعه شب ساعت ۲۳ به صورت زنده از این شبکه روی آنتن می رفت و به مسائل ورزش هفته می پرداخت. در مدتی هم، تهیه کننده این برنامه امیر مصدق بود که خود از قهرمانان ورزش های رزمی به شمار می رفت. شاید جالب باشد بدانید که برنامه ورزش از نگاه دو بنا بر انتخاب اتحادیه رادیو تلویزیون آسیا و اقیانوسیه (abu) در جمع چهار برنامه برتر سال ۲۰۱۲ آسیا در بخش برنامه های ورزشی انتخاب شده که آن هم مربوط به نگاه سازندگانش و زاویه دید آنها در ساخت برنامه ورزشی است.

