



ملک آبادی: «در قالب مدیرگروه تولید شبکه ورزش شاید نمره ۱۷ به فعالیت هایمان بدهم ولی در قالب مخاطب با توجه به آنتن نمره ۱۹ خواهیم داد. یک بخش زیادی از انرژی کسانی که در این شبکه فعالیت داشتند در بخش مالی صرف شد. یک گروه ۳۰۰ تا ۴۰۰ نفره درگیر این پروژه بودند و تا روز آخر هم درگیر بخش مالی بوده و هنوز هم بخشی از آنها نیز برآورده نشده»

بسیاری از کشورها در آن شرکت کننده داشته و برای همین هم این رویدادها برایشان بسیار اهمیت دارد.

«این رقابت ها آنقدر مهم است که بعد از پیروزی و کسب مدال ملی پوشان کشورمان، پیام رهبری، پیام رئیس جمهور، پیام رئیس مجلس و پیام بسیاری از مقامات دولتی را داریم که نشان می دهد این رویدادها و کسب مقام و افتخار چقدر برای کشور مهم است. یک ورزشکار هم با تمام تلاش هایی که می کند به دنبال چیست؟ دیده شدن و حمایت. رسانه در این زمینه می تواند یک ستون مهم باشد. حدود ۲۰ هزار ساعت پخش زنده مسابقات پارالمپیک طی ۱۱ روز عدد کمی نیست. من به عنوان مدیر تولیدات شبکه که از راس کار به فعالیت ها نگاه می کنم به این موضوع می رسم که عملکرد همکاران بسیار خوب بوده و مردم هم استقبال خوبی نشان دادند. برای همین هم رشد شبکه ورزش بعد از این تلاش ها رشدی عجیب و قابل توجه خواهد بود. در ایام عید نیز بیشترین رشد را در میان شبکه های سازمان صدا و سیما داشتیم.»

بین المپیک و پارالمپیک تبعیض نداشتیم

ملک آبادی در پاسخ به این سوال که بین پخش و پوشش برنامه های المپیک و پارالمپیک تبعیضی قائل شده اند یا خیر می گوید: «برای پخش و پوشش رقابت های پارالمپیک هیچ تفاوتی نسبت به رقابت های المپیک قائل نشدیم. حتی بعد از پایان رقابت های پارالمپیک باز هم تحلیل و بررسی این رقابت ها ادامه داده شد. هیچ تبعیضی رخ نداد؛ چون مدال آور هم در این بخش بیشتر داشتیم خیلی بیشتر به این رقابت ها پرداخته شد. از طرفی یک تیم منسجم وجود داشت و از طرف دیگر تجربه پوشش المپیک را هم داشتیم. در هر صورت بعضی از رشته های پارالمپیک هم به دلیل معلولیت ها، پخش تلویزیونی ندارند. برای همین این امکان وجود دارد که برخی رقابت ها از دست برود. اما در هایلایت شب، کاملاً به این رویدادها پرداخته می شد و درباره آنها تحلیل صورت می گرفت. مخصوصاً برای ورزش بانوان تا کمبودی هم از این نظر احساس نشود. موضوع دیگر کوتاه بودن مدت زمان رقابت های پارالمپیک است. المپیک ۱۷ روز و پارالمپیک ۱۱ روز بود. طبیعی است که آنتن پارالمپیک کمتر باشد.»



**سختی های برنامه سازی
برای المپیک به روایت پوریا ملک آبادی
از مدیران شبکه ورزش**

چالش های خاص شبکه تخصصی

اتفاقی که امسال برای شبکه ورزش در زمان مسابقات المپیک و پارالمپیک ۲۰۲۰ رخ داد و توانست هم مخاطب عام و هم مخاطب خاص را به سمت خود جلب کند و نمره قبولی خوبی بگیرد. پوریا ملک آبادی، مدیر گروه تولید شبکه ورزش در زمینه پوشش و پخش مسابقات در کنار تولید محتوا و تهیه برنامه های تحلیلی با حضور مجری و کارشناس؛ به این شبکه از نگاه مدیرگروه تولید، نمره ۱۷ و از نگاه مخاطب نمره ۱۹ می دهد و با توجه به سختی ها و مشکلات موجود در تهیه و ساخت برنامه عملکرد این شبکه را قابل قبول عنوان می کند و در انتظار نظرسنجی فصل تابستان سازمان صدا و سیماست تا از طریق این نظرسنجی نیز به این اطمینان برسد که مخاطب شبکه ورزش به شکل چشمگیری افزایش یافته است.

آزاده باقری
خبرنگار

افتاد و از ساعت ۴ و ۳۰ دقیقه بامداد تا ۱۷ و ۳۰ دقیقه پوشش رقابت های زنده بود و از ساعت ۲۱ تا ۲۳ و ۳۰ دقیقه تحلیل رویدادهای روز انجام می شد. علاوه بر چنین باکسی که باکس اصلی شبکه بود ملک آبادی از باکس فرعی دیگری می گوید که خبر دست اول بود و ادامه می دهد: «بخشی که شبکه ورزش به آن نیاز داشت تالظه به لحظه وقایع ورزشی را دنبال کند، بخش خبری بود که توانستیم با باکس خبر دست اول آن را پوشش دهیم تا شبکه ورزش به عنوان یک شبکه تخصصی مرجع ورزش کشور شناخته شود. گرافیکی نیز برای صفحه

استقبال خوب مخاطب از برنامه های شبکه ورزش

رویدادهای بزرگ، آن دسته از اتفاقاتی است که کل کشورهای جهان را با خود درگیر می کند و

شبکه ورزش وقتی به رویدادهای بین المللی مانند المپیک و پارالمپیک و یورو می پردازد باید به آنها به صورت تخصصی بنگرد و همین نگاه تخصصی کار را برای سازندگان سخت می کند. پوریا ملک آبادی در این زمینه می گوید: «تحلیل و بررسی برای چنین مخاطبی باید دقیق و درست باشد. به عنوان مثال در زمان تحلیل مسابقات پرتاب نیزه باید کاملاً تخصصی به آن پرداخت و اطلاعات دقیقی ارائه شود. چون مخاطب مسابقات پرتاب نیزه همین را می خواهد. خیلی از آنها اطلاعات کاملی درباره چنین رشته های ورزشی دارند که اگر در برنامه اطلاعاتی به غلط داده شود آنها متوجه شده و نسبت به چنین اشتباه هایی واکنش نشان می دهند.»

المپیک و پارالمپیک به روایت اعداد

مدیرگروه تولید شبکه ورزش درباره نحوه عملکرد و پخش رویداد المپیک و پارالمپیک می گوید: «شبکه ورزش در رقابت های المپیک به مدت ۱۷ روز و در پارالمپیک به مدت ۱۱ روز از ساعت ۴ بامداد پخش زنده مسابقات، همراه با برنامه های تحلیل و بررسی داشت و این پوشش به صورت زنده، ممتد و بی وقفه تا ساعت ۱۹ هر روز انجام می گرفت. ۱۵ ساعت پوشش مسابقات و بعد از آن از ساعت ۲۰ تا ۲۳ و ۳۰ دقیقه هر شب هایلایت رویدادهای روز و مسابقاتی را که در آن روز برگزار شد به نمایش درمی آمد. در برخی روزها شبکه ورزش دارای حدود ۴۰ آیتم بود که نشان از محتوای غنی در این روزها داشت. برای مسابقات پارالمپیک هم همین اتفاقات

برای ثانیه ثانیه برنامه دهکده المپیک فکر شد

به گفته ملک آبادی، برنامه های فوتبالی که پرمخاطب است و بسیاری به آنها علاقه نشان می دهند و گروه سنی و جنسیت نمی شناسد، در صورتی ماندگار خواهد بود و مخاطب آن را دوست خواهد داشت که دارای محتوای مناسبی باشد و اطلاعات دست اول داشته و این اطلاعات را با سرو شکل زیبای فرم تلویزیونی در کنار خلاقیت ارائه کند. همین فرمول کاری می کند تا مخاطب آن برنامه را دوست داشته، پیگیری کند و به عنوان یک برنامه محبوب و ماندگار شناخته شود: «نقطه قوت برنامه هایی مانند برنامه ۹۰ و برنامه هایی از این دست به خاطر دانش بالا در تولید محتواست. رصد دقیق صورت گیرد و اطلاعات دقیق به دست آید و این اطلاعات را با سرو شکل زیبا در فرم تلویزیون و تصویری ارائه کند؛ مخاطب آن را به خوبی می پذیرد و متوجه تلاش ها برای به دست آوردن این اطلاعات و ارائه آنها به بهترین شکل خواهند شد. یک برنامه ماندگار دارای خلاقیت و اطلاعات دقیق و دیتای قوی است. دغدغه من به عنوان مدیر گروه یک شبکه در صدا و سیما برای فوتبال کشور و ماندگاری آن این است که برنامه ای فقط ساخته نشده باشد که آنتن را پر کند. برنامه ای که ساخته می شود بعد از آن باید کاری انجام گیرد، جریانی به راه افتد و کمکی به فوتبال کشور شود. یک برنامه ماندگار که روی آن فکر شده باشد و دارای خلاقیت باشد و با ذائقه و نیاز مخاطب همراه باشد به همین صورت به وجود می آید و دارای ثمر و خروجی است. آنتن با توجه به نیاز مخاطب پر شود ماندگار خواهد شد. برنامه دهکده المپیک برای ثانیه به ثانیه اش فکر شد. همین کارها دست به دست هم می دهد تا یک برنامه بقا پیدا کند و در حافظه مخاطب هم ماندگار باشد. باید نگاه به نتیجه ساخت یک برنامه بشود و به این سوال پاسخ داده شود که چه هدفی را دنبال می کنیم؟ از این برنامه چه می خواهیم؟ قرار است چه معضل و دردی را درمان کند؟ در عین ساخت برنامه سرگرم کننده، باید رسانه جریان ساز و سرازاز تحولات باشد و گوش ها را تیز کند.»