



دلایل موفقیت «فوتبال برتر» را باید کشش ذاتی موضوع برنامه یعنی ورزش فوتبال دانست که دست به دست هم دادند و موجب توجه مخاطبان به این برنامه می شود. البته نبود رقیب جدی برای این برنامه را هم نباید نادیده گرفت. اتفاقی که باعث شده تا فوتبال برتر یک تاز عرصه پخش و تحلیل بازی های فوتبال داخلی شود

فوتبال

ویژه نامه رادیو و تلویزیون روزنامه جام جم
شنبه ۴ دی ۱۴۰۰ • شماره ۷۸۳

مرور و بررسی
۴

فوتبال زیر ذره بین «فوتبال برتر»



فوتبال برتر هم از برندهای جوان برنامه سازی تلویزیون است که از چند سال قبل با تغییر ساختار به مهم ترین برنامه فوتبالی تلویزیون تبدیل شد و حالا با کسب ۲۶/۸ درصد مخاطبان در زمره سه برنامه پرمخاطب تلویزیون در آبان ماه بوده است. محور اصلی این برنامه پخش زنده مسابقات فوتبال کشور است. به شکل طبیعی هر کدام از شبکه های سیما به پخش این مسابقات اقدام کند با اقبال ویژه مخاطبان روبه رو خواهد شد. مأموریتی که سال هاست در اختیار شبکه سه سیما قرار دارد. فوتبال برتر، البته نه فقط به واسطه پخش مسابقات فوتبال بلکه به دلیل ارائه تحلیل های داغ و دسته اول در ارتباط با وضعیت تیم ها و حواشی بازی ها نیز مورد توجه مخاطبان قرار دارد. این برنامه در واقع شامل دو بخش است، بخشی از آن صرفا به پخش مستقیم بازی های فوتبال اختصاص دارد که ۲۶/۸ درصد مخاطب دارد و بخش دیگری از آن که دوشنبه شب ها روی آنتن می رود مربوط به بررسی اخبار و حواشی دنیای فوتبال، اخبار مرتبط با نقل و انتقال بازیکنان و مربیان تیم ها و اتفاقاتی از این دست است. این بخش از برنامه نیز در زمره برنامه های پرمخاطب تلویزیون قرار دارد و ۱۵/۸ درصد مخاطب، جزو «برنامه پرمخاطب آبان ماه تلویزیون» است. دلایل موفقیت این برنامه را باید کشش ذاتی موضوع برنامه یعنی ورزش فوتبال دانست که دست به دست هم دادند و موجب توجه مخاطبان به این برنامه می شود. البته نبوده رقیب جدی برای این برنامه را هم نباید نادیده گرفت؛ اتفاقی که باعث شده تا فوتبال برتر یک تاز عرصه پخش و تحلیل بازی های فوتبال داخلی شود.

عجوبه مثل بچه ها

۱۹/۸ درصد میزان بیننده برنامه ای است که با محوریت کودکان و البته برای تماشای مخاطب بزرگسال تولید می شود. برنامه ای که در آن کودکان با هم رقابت می کنند اما نکات بسیاری در دل آن برای بزرگ ترها گنجانده شده است. جالب این که این برنامه برخلاف بسیاری از برنامه هایی با همین سبک و سیاق، متوسل به حضور مجری چهره برای فصل جدید آن نشده است بلکه تمرکز برنامه بر روایت کنش کودکان در موقعیت های مختلف که تمثیلی از حضور آنان در جامعه و زندگی واقعی است، باعث شده تا این برنامه به یکی از مجموعه های پرمخاطب تلویزیون در آبان امسال تبدیل شود.



۱۰ برنامه پرمخاطب آبان ماه تلویزیون دارای چه ویژگی هایی هستند؟

فهرست ویژه

آیا آمار تعداد مخاطبان مهم ترین ملاک کیفیت یک برنامه تلویزیونی است؟ به عبارت بهتر تعداد مخاطبان می تواند تکلیف ما را با میزان موفقیت یک برنامه مشخص کند یا نه؟ این سؤالی است که معمولا با هر بار انتشار آمار پرمخاطب ترین برنامه های سیما برای برخی از مخاطبان مطرح می شود. سؤالی که به طور طبیعی این بار نیز با انتشار تازه ترین آمارها در ارتباط با برنامه های پرمخاطب آبان ماه تلویزیون برای بسیاری ایجاد شده است. اصلا آیا مقایسه برنامه هایی در گونه های مختلف که برخی با رویکرد سرگرمی و برخی با رویکرد خانوادگی و بخشی دیگر با رویکرد ورزشی تولید می شوند، کار درستی است؟ تاثیر پرمخاطب بودن شبکه پخش کننده برنامه و همچنین زمان پخش برنامه بر این آمارها تا چه اندازه است؟ این همه سؤالی هایی است که برای بررسی دقیق میزان موفقیت یک برنامه باید مورد توجه قرار گیرد. به همین دلیل است که ما تصمیم گرفتیم در گزارشی به تحلیل برنامه های پرمخاطب آبان ماه بپردازیم و از این بگوییم که عوامل مختلف چه تاثیری در ورود این آثار به فهرست ۱۰ برنامه پرمخاطب تلویزیون در این ماه داشته اند.

حسین مبارکی
خبرنگار

بکوب پا، دست؛ بکوب پا، دست!



برنامه «خندوانه» شبکه نسیم با ۳۵/۶ درصد مخاطب در صدر برنامه های تلویزیون در آبان ماه قرار گرفته است. برنامه ای که فصل تازه آن از ۱۸ آبان روی آنتن رفت و از نظر ساختاری تغییر چندانی نسبت به فصل های قبلی نکرده بود. پرمخاطب شدن خندوانه و رسیدن آن به جایگاه اول این فهرست در آبان ماه را باید بیشتر از هر چیزی ناشی از دو اتفاق دانست. اولین موضوع سابقه فصل های قبلی این برنامه و آشنایی مخاطبان با این مجموعه دانست. مخاطبی که چند سال است با خندوانه و ویژگی های آن آشناست؛ با شوخی های بانمک «جناب خان» خاطره دارد و از لحظه های خوشی که «خنداننده شو»، «ادا بازی» و «لب آهنگ» در فصل های پیش برایش ساخته به همین راحتی عبور نمی کند، پس با همه این تفاسیر طبیعی است که خندوانه از نظر او دیدنی باشد. دومین دلیل این موضوع را باید در نبود حضور هر گونه رقیبی در حوزه برنامه های سرگرمی محور جست و جو کرد، حالا نه خبری از «دورهمی» مهران مدیری است و نه از «عصر جدید» احسان علیخانی خبری هست. پس به شکل طبیعی مخاطب این قبیل برنامه ها انتخابی به غیر از خندوانه ندارد. از این موضوع نیز نباید گذشت که به شکل پیش فرض، شبکه نسیم با توجه به رویکردهای سرگرمی محوری که دارد برای بسیاری از مخاطبان تماشایی تر است و پخش خندوانه در این شبکه آن هم در بازه یکشنبه تا پنجشنبه هر هفته و در ساعات اوج مخاطب، به شکل طبیعی شانس بیشتر شدن مخاطبان این برنامه را افزایش می دهد. و برنامه خندوانه با اجرای رامبد جوان و تهیه کنندگی سیدعلی احمدی از ۱۸ آبان ماه روی آنتن شبکه نسیم رفت، فصلی که به گفته رامبد جوان قرار است پر از اتفاقات جدید باشد.

دود همچنان از کنده بلند میشه!



مستند «حیات وحش» شبکه مستند با ۳۱/۵ درصد بیننده در رتبه دوم علاقه مندی های مخاطبان قرار گرفته است این رتبه یعنی مخاطبان همچنان مثل ایام قدیم که برنامه های تلویزیون تا این اندازه متنوع نشده بود، باز هم طرفدار دیدن مستند های حیات وحش هستند. مستند هایی درباره زندگی انواع موجودات روی کره زمین که حیات آنها را به صورت موشکافانه و دقیق مورد بررسی قرار می دهد. رسیدن «حیات وحش» به رتبه دوم برنامه های پرمخاطب اتفاق تازه ای نیست! این برنامه و نمونه های مشابه که به بررسی شگفتی های زندگی جانوران از نمای نزدیک اختصاص دارد، نه فقط در گذشته دور بلکه در همین یکی دو سال اخیر نیز همواره در زمره برنامه های پرمخاطب تلویزیون قرار داشته است. پخش منظم برنامه های حیات وحش و قرار گرفتن این برنامه در باکسی ثابت برای پخش، باعث شده تا این مجموعه بتواند جای پایش را در میان مخاطبان، حسابی محکم کند. استمرار حرفه ای پخش این برنامه در کنار پرهیز از تکرارهای زائد در پخش مستندهای تولید شده در حوزه حیات وحش و البته اختصاص یافتن باکس مناسب و پرمخاطب شبکه مستند به این اثر، شرایط را برای درخشیدن این مجموعه در میان مخاطبان هموارتر می کند.