



پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی



درآمدی جامع‌شناختی بر ژورنال‌ایسم ورزشی

محمد هدایتی



هو الكريم

گزارش پیشرفت

درآمدی جامعه شناختی بر
ژورنالیم ورزشی

محمد هدایتی

زیر نظر پژوهشکده فرهنگ



پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
عنوان: درآمدی جامعه‌شناختی بر ژورنالیسم ورزشی
نویسنده: محمد هدایتی
ویراستار: ناصر مرادی‌زاده
صفحه‌آرایی: حسین آذری
نوبت چاپ: اول - بهار ۱۴۰۰
شمارگان: برای مخاطبان خاص

همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.
در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولی عصر (عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
صندوق پستی: ۶۲۷۴ - ۱۴۱۵۵. تلفن: ۸۸۹۰۲۲۱۳. دورنگار: ۸۸۸۹۳۰۷۶. Email: nashr@ricac.ac.ir

فهرست مطالب

۱.....	پیشگفتار
۳.....	مقدمه
۴.....	ژورنال‌یسم ورزشی و شرایط تکوین آن در ایران
۵.....	ژورنال‌یسم ورزشی و نوسازی اجتماعی
۱۰.....	مطبوعات ورزشی در دوره پس از انقلاب اسلامی
۱۲.....	دهه شصت و عصر کمیابی
۱۵.....	مطبوعات ورزشی در سال‌های پس از جنگ
۲۰.....	تحولات ورزشی و رسانه‌ای در دهه ۱۳۷۰
۲۱.....	اصلاحات و مطبوعات ورزشی
۳۳.....	تحولات ژورنال‌یسم ورزشی در ایران از اواسط دهه ۱۳۸۰
۴۳.....	ظهور اینترنت و تغییر در فضای ژورنال‌یسم ورزشی
۵۰.....	سخن پایانی
۵۴.....	فهرست منابع

پیشگفتار

پیوند ورزش مدرن با زمینه‌های اقتصادی و سیاسی و فرهنگی بر کسی پوشیده نیست، چنانکه از دید بسیاری از محققان ورزش، یکی از عرصه‌های مهم تبلور فرهنگ عامه در زمانه ما محسوب می‌شود. کوشش محققان برای تحلیل ریشه‌ها، دلالت‌ها و کارکردهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی ورزش مدرن، به تکوین برنامه‌های پژوهشی مختلف منجر شده است. هر ساله پژوهش‌های متعددی مبتنی بر این برنامه‌های پژوهشی در جهان انجام می‌شود و به این ترتیب همواره جای خالی چنین مطالعاتی در کشور ما کاملاً به چشم می‌خورد. در سال‌های اخیر پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات کوشیده است با اجرا چند پروژه پژوهشی و گزارش در این میدان گام بردارد. در برخی موارد، هدف از تدوین این گزارش‌ها صرفاً فراهم آوردن داده‌هایی اولیه و دامن‌زدن به بحث و گفت‌وگو بوده است. متن حاضر یکی از این گزارش‌هاست که به ژورنالیسم ورزشی اختصاص یافته است. در این گزارش پژوهشی، محقق که خود از سابقه همکاری با رسانه‌های ورزشی برخوردار است، تاریخچه ژورنالیسم ورزشی در ایران را در پس‌زمینه تحولات فرهنگی و اجتماعی روایت می‌کند. البته امروز، جایگاه «رسانه‌های کاغذی» تا حد بسیار زیادی تغییر کرده و اشکال دیگری از ژورنالیسم اهمیت یافته است. حتی گفته می‌شود

بنا به سرشت رقابت‌های ورزشی، ژورنالیسم ورزشی، خواسته یا ناخواسته، باید در استفاده از نوآوری‌های چندرسانه‌ای^۱ پیشرو باشد.^۲ با این همه، در ایران رسانه‌های ورزشی مکتوب که شمارشان زیاد، اما شمارگان (تیراژ)شان پایین است، همچنان در شکل دادن به جریان‌ها و جنجال‌های خبری موثرند. به‌رغم اهمیت ژورنالیسم ورزشی، پژوهش جدی در این موضوع نادر است و آنچه در دست است عمدتاً از تحلیل محتوای چند رسانه ورزشی در بازه‌های زمانی محدود فراتر نمی‌رود. به این اعتبار، این گزارش پژوهش موجز را باید از اولین‌ها در نوع خود به‌شمار آورد. پیشتر نسخه اولیه این گزارش در نشستی که صاحب‌نظرانی مانند امیر حاج‌رضایی (کارشناس و پیشکسوت ورزش)، پژمان راهبر (ژورنالیست ورزشی) و دکتر محمدمهدی رحمتی (جامعه‌شناس ورزش) در آن حاضر بودند، به بحث گذاشته شد. امیدواریم انتشار آن و سایر پژوهش‌های پژوهشگاه مجالی برای بحث و تحلیل جدی‌تر سویه‌های فرهنگی و اجتماعی ورزش در ایران فراهم کند.

پژوهشکده فرهنگ

1. multimedia innovations

2. Corrigan, T. F (2014) The political economy of sports and new media, in Billings, A.C and Hardin, M(eds) Routledge Handbook of Sport and New Media, London, Routledge: 43-54.

مقدمه

این نوشتار به مطالعه ژورنالیسم ورزشی در ایران معاصر، به ویژه در دو دهه اخیر، می‌پردازد. هدف نشان‌دادن سیر تحولات ژورنالیسم ورزشی، بررسی دلالت‌های سیاسی و اجتماعی آن، و مطالعه این مسئله است که چرا و چگونه رسانه‌های ورزشی در ایران به شکل کنونی‌شان درآمده‌اند. از این‌رو این مطالعه، در حد توان، هم واجد سویه‌های توصیفی است و هم تبیینی. درباره ژورنالیسم ورزشی در ایران با نوعی خلأ معرفتی اساسی روبه‌رو هستیم. تقریباً هیچ مطالعه‌ای درباره ژورنالیسم ورزشی انجام نشده است و آنچه هست اقوال پراکنده‌ای است از خاطرات روزنامه‌نگاران. از این‌رو این مطالعه تلاشی است ابتدایی برای پرکردن این خلأ. تلاش می‌شود تا وضعیت ژورنالیسم ورزشی در ایران به صورت تاریخی مرور شود، به مرور مهم‌ترین و تأثیرگذارترین رسانه‌های ورزشی می‌پردازیم و نوآوری‌ها و تأثیرات آن‌ها را به بحث می‌گذاریم. برای پیش‌بردن چنین هدفی رفت و برگشت میان سطوح خرد و کلان، میان روندهای کلان اجتماعی و تحولات و تغییرات در رسانه‌های ورزشی

گزینه‌ناپذیر است. علاوه بر این، به بررسی مختصر تحولات در ورزش ایران و به‌ویژه فوتبال پرداخته‌ایم. این مطالعه در نهایت به آسیب‌شناسی مختصر ژورنالیسم ورزشی در ایران و افق پیش روی آن در آینده می‌پردازد.

ژورنالیسم ورزشی و شرایط تکوین آن در ایران

حالا کمابیش صد سالی می‌شود که نوشتن از رخداد‌های ورزشی به بخش ثابتی از مطبوعات ایران بدل شده است. از آن روز در سال ۱۲۷۵ ه.ق که روزنامه وقایع اتفاقیه خبر داد: «سه تن از شاگردان توپخانه به کوه البرز صعود کرده‌اند» تا به امروز، که ایران شاید بیشترین نشریه ورزشی در جهان را داشته باشد، یک قرن گذشته است. این تاریخ صدساله تاریخ تکوین بوده است؛ تکوین و معرفی رشته‌های جدید ورزشی، مثل فوتبال در ایران. تاریخ نوسازی بوده است، تاریخ مناسبات جدید اجتماعی که در فوتبال و اساساً مفهوم جدید «ورزش» نمود می‌یافت، تاریخ فراز و فرودهای سیاسی بوده است، تاریخ هویت جدیدی که آدم‌ها پیدا کرده‌اند؛ بر مبنای علقه‌های هواداری، تاریخ صف‌های طولیل برای روزنامه‌های ورزشی، پیش از شهرآوردها یا بازی‌های ملی مهم، در عصری که نشانی از اینترنت و انواع شبکه‌های تلویزیونی نبود. این تاریخ، حالا و در روزگاری که خیلی‌ها از مرگ روزنامه‌های ورزشی [کاغذی] سخن می‌گویند، تاریخی نوستالژیک هم هست.

طبیعتاً حق این تاریخ حالا دیگر طولانی را ادا کردن مجال می‌خواهد و بضاعت و زمانی. نوشتار پیش رو می‌کوشد تا بدون غلتیدن در جزئیات تاریخی، تصویری از ژورنالیسم ورزشی در ایران معاصر به دست بدهد؛ از تحولات آن، از اینکه چرا مطبوعات ورزشی چنین پدیدار شدند و چه چیزهایی شکل آن‌ها را موجب می‌شد، پویایی‌های آن، از اینکه ژورنالیسم ورزشی به‌مثابه یک رسانه چگونه تعریف و بازتعریف شده است، چه تصویری از خود نشان داده است، نسبت روزنامه‌ها و ژورنالیسم در ایران با تحولات و پدیده‌های کلان‌تر چه بوده است، چه دلالت‌های اقتصادی‌ای داشته است.

ژورنال‌لیسم ورزشی و نوسازی اجتماعی

ابراهیم افشار، از روزنامه‌نگاران ورزشی باسابقه، می‌گوید: «اولین روزنامه‌نگاران ورزشی ما در سال ۱۲۹۷ کارشان را آغاز کرده‌اند». البته شکل و شمایل و اساساً اهداف آن مطبوعات هم‌نوا با تصویری است که از ورزش وجود دارد؛ تصویری که هنوز دور از مناسبات مدرن ورزش است. برای اینکه تصویری از این شکل و شمایل و اهداف داشته باشیم، بد نیست نگاهی بیندازیم به نام این جراید. نام مجلات چیزی فقط برای نامیدن و متمایز شدن نیست، گاهی پرده از محتوا و اهداف کلی هم برمی‌دارد. نیرو، راستی و پهلوان، این‌ها نام‌های نخستین نشریات ورزشی ایران هستند.

جالب است بدانیم که اولین تیم‌ها و باشگاه‌های ورزشی در ایران هم نام‌هایی از این قبیل داشتند. این نام‌گذاری خود واجد دلالت‌های اجتماعی است. در این تلقی، کارکرد ورزش سلامت جامعه است، پرورش مردمی است سالم که بنیان جامعه را تشکیل می‌دهند. البته خود این تلقی هم جدید بود. پیش‌تر آن چیزی که امروز ورزش نامیده می‌شود چیزی سراسر فردی تلقی می‌شد و نشان‌چندانی از ورزش‌های جمعی نبود.

به‌هرحال، ژورنال‌لیسم ورزش در راستا با اهمیت‌یافتن ورزش مدرن در ایران رشد و گسترش می‌یابد. بررسی جزئی‌تر تحولات سال‌های ابتدایی از حوصله این نوشتار خارج است. ما به‌صورت مشخص به رشد و گسترش روزنامه‌نگاری ورزشی از دهه ۱۳۴۰ می‌پردازیم.

روزنامه‌نگاری ورزشی به‌صورت مشخص از دهه ۱۳۴۰ رشد می‌کند. برای یافتن دلایل این رشد باید نگاهی داشته باشیم به تغییرات اجتماعی در مقیاسی وسیع‌تر.

دهه ۱۳۴۰ دهه رشد اقتصادی در ایران به ممد عایدات نفتی است. رهبران ایران سودای نوسازی جامعه را دارند. برنامه‌هایی چون اصلاحات ارضی یا آنچه انقلاب سفید خوانده شد، در کنار تمام دلالت‌های مشخص سیاسی و اقتصادی‌شان، در کار دگرگون کردن مناسبات اجتماعی هستند. نوسازی در

سطح نمادی نیازمند عناصر و «قهرمانان» و حتی «پیامبران» جدید است. هوشنگ شهابی در مقاله «تاریخ سیاسی فوتبال در ایران» (۲۰۰۲) گسترش فوتبال در ایران را نمادی از این تغییرات اجتماعی می‌داند. در تلقی او، ورزش کشتی نماد ورزش‌های سنتی ایرانی است؛ چیزی که بیشتر از سوی اقشار و طبقات قدیمی و سنتی ایران نمایندگی می‌شود و با روح پهلوانی و آیین‌های مذهبی هم همراه است. در مقابل، فوتبال، این ورزشی که ورودش را مدیون ارتباط با خارج و بیگانگان است، نماد روح مدرن قلمداد می‌شود. پس طبیعی بود که سرمایه‌گذاری در فوتبال و توجه به آن در جامعه در حال نوسازی ایران افزایش یابد.

در دوران پیش از انقلاب، سرمایه‌گذاری بسیاری بر روی فوتبال انجام می‌شود. با رشد و محبوبیت روزافزون فوتبال، پای رسانه به ورزش بیشتر باز می‌شود. کیهان ورزشی در آذر سال ۱۳۳۴ به‌عنوان بخشی از بنگاه مطبوعاتی کیهان شروع به انتشار می‌کند. مجله دنیای ورزش بیش از یک دهه بعد و در سال ۱۳۴۹ تأسیس می‌شود. باشگاه‌های ورزشی تازه تأسیس هم نشریات کوچک و مستقلی را شکل می‌دهند. مجلات و روزنامه‌های مختلف صفحاتی را به پوشش اخبار و رویدادهای ورزشی اختصاص می‌دهند.

خیلی زود ورزش در ایران خصلت سیاسی پیدا می‌کند. حتی وابستگی‌های ورزشی معانی سیاسی پیدا می‌کنند. در یک سیاست توده‌ای، تأثیرگذاری بر جمیع مردم مهم می‌شود و فوتبال به‌عنوان اجتماعی‌ترین ورزش مورد توجه قرار می‌گیرد. نشریات حزب توده در همان دهه بیست توجه خاصی به ورزش نشان داده بودند. اما نوعی این‌همانی بین گسترش فوتبال و رژیم حاکم به وجود آمد. گروه‌های مخالف با حکومت پهلوی همواره این رژیم را متهم می‌کردند که از فوتبال همچون ابزاری سیاسی استفاده می‌کند، اما فوتبال و اساساً ورزش همواره ابزاری برای مخالفت سیاسی هم بوده است. برای نمونه، باشگاه شاهین (تأسیس ۱۳۲۲) اساساً تیمی مخالف با حکومت قلمداد می‌شد؛ جایی که در آن ورزش به‌خودی‌خود غایت نبود و مسائل اخلاقی و اجتماعی سرلوحه این باشگاه پرطرفدار قرار گرفت. چالش‌های پیش روی این

باشگاه با حکومت پهلوی زمینه انحلال این تیم در سال ۱۳۴۸ را فراهم کرد. در مقابل، تیم تاج تیمی با وابستگی‌های حکومتی قلمداد می‌شد. رشد و گسترش مطبوعات ورزشی در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ با این تغییرات اجتماعی کلان‌تر هم‌نوا بود. این نشریات، جدای از پوشش اخبار و رویدادهای ورزشی، چند کارکرد دیگر داشتند که بسیار مهم هستند و علاوه بر کارکردهای اجتماعی، زمینه‌ساز گسترش بیشتر رسانه‌های ورزشی شدند. این نشریات اولاً مروج فرهنگ جدیدی شدند که می‌شود اسمش را فرهنگ «ستاره‌سازی» یا «سلبریتی» خواند. به تدریج عکس‌های رنگی ورزشکاران مشهور روی جلدها رفت؛ آن‌ها قهرمانان دنیای جدید لقب گرفتند. زندگی و مناسبات شخصی آن‌ها مورد توجه قرار گرفت. گاهی عکس این ورزشکاران همراه با همسرانشان روی جلد می‌آمد یا، برای مثال، علاوه بر خود این ورزشکاران با خانواده‌های آن‌ها هم مصاحبه می‌شد.^۱



۱. شواهد زیادی در این باره وجود دارد. در یک مورد، مجله کیهان ورزشی با مادر علی پروین مصاحبه کرد. سؤال‌ها حول مسائل شخصی، همچون ازدواج علی پروین، و مواردی از این دست بود. در موردی دیگر و به مناسبت روز مادر، برخی از چهره‌های ملی‌پوش فوتبال با مادرانشان در دفتر مجله حاضر شدند و عکسی به یادگار گرفتند و عکس به صورت رنگی بر روی جلد مجله کار شد.

این فرهنگ «ستاره‌سازی» یا «سلبریتی» خبر از مناسبات جدید اجتماعی می‌داد؛ مناسباتی که به واسطهٔ این رسانه‌ها در جامعه عمق می‌یافتند. ستاره‌ها البته فقط ستاره‌های فوتبال نبودند. قهرمانان رشته‌های ورزشی دیگر، برای مثال کشتی یا وزنه‌برداری، نیز بر روی جلدها رفتند. احتمالاً مهم‌ترین این قهرمانان غلام‌رضا تختی است که نام و آوازه‌اش از هر ورزشکار دیگری در تاریخ معاصر ایران بیشتر بود. تختی، با وجود تواضع شخصی، قهرمان مناسبی برای جلد مطبوعات ورزشی بود.

کارکرد دیگر مطبوعات ورزشی در همین راستا تعریف نقش جدیدی برای زنان بود؛ نقشی که گویا حکومت از زنان جامعه انتظار داشت. در آن سال‌ها ورزش زنان جدی گرفته شد و عکس‌های تیم‌های ورزشی زنان بر روی جلد مطبوعات کار می‌شد. این اتفاقی جدید در جامعهٔ ایران بود و با آن نقش سنتی و تاریخی‌ای که زنان در ایران داشتند متفاوت بود. طبیعتاً پوشش تصاویر زنان در مطبوعات ورزشی متفاوت از انگاره‌های سنتی بود. از این جهت، این مطبوعات، در کنار دیگر رسانه‌ها از جمله تلویزیون که به تازگی نفوذ بیشتری در خانه‌های ایرانیان پیدا کرده بود، به مروجان تغییر اجتماعی در ایران بدل شدند. در آن سال‌ها مطبوعات هنوز مهم‌ترین رسانه‌های ورزشی به حساب می‌آمدند. هنوز با پخش مستقیم بازی‌ها از تلویزیون فاصله بسیار بود و از این رو این مطبوعات بودند که اساساً تصاویری از تیم‌ها و کیفیت آن‌ها عرضه می‌کردند و بر جهان ذهنی مخاطبان تأثیر می‌گذاشتند. طبیعی است که در چنین شرایطی کیفیت این تصویرسازی، چگونگی و سمت‌وسوی آن اهمیتی بسیار می‌یافت. آن‌ها گزارش‌هایی از جزئیات بازی منتشر می‌کردند و از این جهت فاصله بین میدان مسابقه با دورترین نقاط کشور را به حداقل می‌رساندند.

این امر کارکرد دیگری را تسهیل می‌کرد. ایران، کشور پهناوری که پیش‌تر سرزمین اجتماعات دور از هم و پراکنده بود، از طریق مطبوعات هم‌رنگی بیشتری یافت. اگر کل فرایند نوسازی و دولت‌سازی پهلوی را تلاشی برای یکپارچه کردن کشور تصور کنیم، باید گفت که رسانه‌های جدید و به‌ویژه

مطبوعات ورزشی نقشی مهم در این رابطه ایفا کردند. این مطبوعات توانستند علاقه جدید به ورزش را در سطح کشور تکثیر کنند و از طریق هویت‌یابی افراد با تیم‌های ورزشی، سازوکارهای هویتی جدید را شکل بدهند. احتمالاً این کارکرد هم‌نوا بوده است با ایدئولوژی «ملی‌گرایی» رژیم پهلوی. مسئله و اهمیت «تیم ملی» در این میان مطرح می‌شود. مطبوعات ورزشی از طریق برجسته‌کردن رقابت‌های ورزشی «ایران» با کشورهای دیگر، به‌خصوص در مسابقات المپیک و جام جهانی، به تقویت مفهومی از ملیت که هم‌نوا با سیاست‌های قدرت بود کمک کردند.^۱



تیم ملی ایران در دهه ۱۳۵۰

کارکرد دیگر مطبوعات ورزشی در این دوره شکل‌گیری نوعی هویت

۱. احتمالاً مهم‌ترین نمونه در این میان بازی فینال جام ملت‌های آسیا بین تیم ملی ایران و اسرائیل بود؛ بازی‌ای که علاوه بر حساسیت‌های ورزشی و حتی ملی با مفهوم «دین» هم‌گره خورده بود. صبح روز بازی شایع شده بود که یک تاجر ایرانی یهودی همه بلیت‌های بازی را خریداری کرده است. مردم خشمگین به‌سوی ورزشگاه حمله کردند. پیروزی ایران در آن بازی به جشن‌های خیابانی بسیاری منجر شد که احتمالاً اولین نمونه از حضور مردم در خیابان‌ها به‌خاطر رخدادهای ورزشی است. برای شرحی از این مورد بنگرید به شهابی، ۱۳۹۳.

بین‌المللی است. این مطبوعات به‌صورت گسترده اتفاق‌های ورزشی در سطح بین‌المللی را پوشش می‌دادند. به‌تدریج ایرانیان به تیم‌های ورزشی خارجی هم علاقه‌مند شدند و از طریق ورزش ارتباطشان با دنیای خارج از ایران بیشتر شد. تیم‌هایی مثل بایرن مونیخ یا آژاکس و لیورپول، که در دهه ۱۹۷۰ در اروپا سرآمد بودند، به تیم‌های محبوب هواداران ایرانی هم بدل شدند. چیزی که به این امر رونق بخشید حضور تیم‌های مختلف خارجی در ایران برای بازی‌های دوستانه بود. در دهه ۱۳۵۰ پای خیلی از تیم‌های مطرح خارجی و ستارگان مطرح دنیای فوتبال به ایران باز شد.

به‌هرحال تا سال‌های منتهی به انقلاب، مطبوعات ورزشی نهادینه شده بود. چند نسل از روزنامه‌نگاران ورزشی تربیت شده و این مطبوعات به واقعیتی مهم در جامعه ایران بدل شده بودند. درباره دلالت‌های اقتصادی آن‌ها اطلاع چندانی در دست نیست. هزینه‌های انتشار روزنامه و مجله در آن سال‌ها خیلی بالا نبود و نکته دیگر اینکه، بسیاری از این مطبوعات به دولت وابسته بودند. اما درباره دلالت‌های اقتصادی مطبوعات، یک مسئله را نباید فراموش کرد و آن اینکه این مطبوعات مروج آشکال جدید تبلیغات هم بودند. مطبوعات ورزشی اقبال عام یافته بودند و کانون خوبی برای اهداف تجاری محسوب می‌شدند. برای مثال، کیهان ورزشی در سال ۱۳۵۳ در ۴۰ هزار نسخه چاپ می‌شد که در قیاس با آن زمان عدد بسیار بالایی است (آصفی، ۱۳۹۱). آن‌ها، از طریق جذب آگهی و فروش بالا، بخش عمده هزینه‌های خود را تأمین می‌کردند و حتی سوددهی هم داشتند.

نکته پایانی درباره مطبوعات ورزشی در سال‌های قبل از انقلاب این بود که برخی از باشگاه‌ها، مثل تاج، نشریاتی ادواری داشتند که در آن به انتشار اخبار تیم می‌پرداختند و از این طریق ارتباط جدیدی با هوادارانشان برقرار کردند.

مطبوعات ورزشی در دوره پس از انقلاب اسلامی

در سال‌های اولیه پس از انقلاب اسلامی از اقبال به مطبوعات ورزشی کاسته

شد. بخشی از این مسئله به سرشت انقلاب و «راست‌آینی» سال‌های اول برمی‌گردد. در تب‌وتاب سیاسی، ورزش برای مدتی جذابیتش را از دست داد. گاه حتی با خصومت روبه‌رو شد. از نظر هوشنگ شهابی، ورزش نقش چندانی در برنامه انقلابیون نداشت. وی با ذکر مثالی نشان می‌دهد که در سال‌های اولیه پس از انقلاب، ورزش تا چه حد مورد توجه واقع شده است:

در اوایل دهه ۱۹۸۰ درحالی‌که تیم ملی در بوشهر بود و خود را برای بازی‌های آسیایی آماده می‌کرد، مورد توجه قرار گرفت. راهپیمایی‌هایی علیه تیم ملی صورت گرفت. راهپیمایان شعار می‌دادند «اردوی تمرینی تیم ملی خیانت به مردم است» و یک سازمان تبلیغی اسلامی محلی جزوهای را منتشر کرد که در آن پرسیده شده بود: آیا بهتر نیست به جای صرف این همه هزینه بر چنین سرگرمی‌هایی، پول را صرف اعزام جوانان به خارج در جهت یادگیری مهارت‌هایی بکنیم که کشور بدان‌ها نیاز دارد؟ آیا بهتر نیست به جای هزینه خون این ملت بی‌گناه و سرکوب‌شده برای چنین مقاصد بی‌فایده‌ای، کلینیک‌ها ساخته شود و روستاها برق‌رسانی شود؟ آیا بهتر نیست به جای لوده‌بازی در کنار انگلیسی‌ها و آمریکایی‌ها به بهانه درخشش در میادین بین‌المللی، بازیکنان در کنار برادرانشان در جهاد سازندگی و روستاهای ایران درخشش داشته باشند؛ جایی که ساده‌ترین امکانات را هم ندارد؟ آیا اگر به ورزش بپردازیم، همه مسائل سیاسی، اقتصادی و فرهنگی‌مان حل خواهد شد؟

این امر نشان‌دهنده تلقی کلی‌ای بود که از ورزش وجود داشت. مطبوعات ورزشی، به‌مانند کیهان ورزشی با سابقه‌ای نزدیک به سه دهه، موقتاً تعطیل شدند. زمان می‌برد تا با جابه‌جایی در تیم مدیریتی این نشریات و فروکش تب انقلابی، دوباره امکان انتشار آن‌ها فراهم شود. مسابقات ورزشی در این فاصله تعطیل شده بودند و فقط در سطح محلات انجام می‌شدند. معروف

۱. نصرالله سجادی، از مدیران ورزشی جوان پس از انقلاب، در سال ۱۳۹۴ در مصاحبه‌ای با روزنامه ایران ورزشی می‌گوید که در فضای انقلابی «فکر می‌کردیم فوتبال پدیده‌ای استعماری است». طبیعی است که در چنین شرایطی ورزش حرفه‌ای اهمیت و جذابیتش را از دست بدهد.

است که برخی چهره‌های فوتبالی، نظیر علی پروین، مسابقاتی در سطح محلی راه انداختند تا اصطلاحاً تنور فوتبال را گرم نگه دارند. فوتبال در ایران پس از انقلاب برای بقایش هزینه داد.

دهه شصت و عصر کمیابی

تغییر فضای سیاسی و فرهنگی تأثیرات مستقیمی بر فضای ورزشی گذاشت. جنگ هم شروع شد و ورزش تا حد زیادی به حاشیه رفت. ایران بازی‌های المپیک ۱۹۸۰ مسکو را تحریم کرد. لیگ فوتبال سراسری که پیش از انقلاب با عنوان «لیگ تخت‌جمشید» نزدیک به ده دوره را سپری کرده بود تعطیل شد. اتفاق مهم دیگر تغییرات در نظام باشگاه‌داری بود. دو تیم بزرگ پایتخت، تاج و پرسپولیس، با فرار مالکانشان از کشور دولتی شدند. تاج تغییر نام داد و با عنوان استقلال در مسابقات ظاهر شد. پرسپولیس هم که پیش از انقلاب در مالکیت علی عبده بود به نهادهای انقلابی واگذار شد.^۱

اشاره کردیم که لیگ سراسری تعطیل شد و از سال ۱۳۵۹ مسابقات باشگاه‌های تهران به‌عنوان مهم‌ترین رقابت باشگاهی در کشور معرفی شد. البته در کنار جام باشگاه‌های تهران مسابقاتی سراسری در کشور و در قالب رقابت استان‌ها به وجود آمد. حذف لیگ سراسری اولین قدم در حرفه‌ای‌زدایی از فوتبال بود. نسل جدید مدیران ورزش، که عموماً جوانان انقلابی بدون سابقه ورزشی بودند، بر مسند کار نشستند و طرح‌ها و برنامه‌های عجیبی برای ورزش در نظر گرفتند. شاید مهم‌ترین آن‌ها طرح موسوم به ۲۷ ساله‌ها بود. این طرح با هدف جوان‌گرایی و بدون هیچ پشتوانه کارشناسی سقف حضور در تیم ملی را ۲۷ سال اعلام کرد؛ چیزی که در هیچ کجای دنیا

۱. داستان نام پرسپولیس هم برای سال‌ها به چالشی میان بازیکنان این تیم و هوادارانش با نظام سیاسی جدید بدل شد. سیاسی‌ها به دنبال تغییر نام تیم بودند، اما با مقاومت بنده هواداری تیم مواجه شدند. حتی یک بار اعضای تیم در مقاومت علیه تغییر نام تیم از حضور در مسابقه انصراف دادند و نتیجه بازی سه بر صفر به نفع تیم حریف تمام شد. به‌رحال در سال ۱۳۶۵ مقاومت‌ها با شکست مواجه شد و نام تیم از پرسپولیس به پیروزی تغییر یافت. باین‌حال در افواه عمومی تیم کماکان پرسپولیس نامیده می‌شد، تا اینکه در دهه نود پرسپولیس دوباره به ثبت رسمی رسید. داستان نام این تیم نمونه‌ای است از چالش‌هایی که نظام سیاسی جدید با فوتبال و ابعاد اجتماعی آن داشته است.

نشانی ندارد. با اِعمال این طرح چهره‌هایی همچون ناصر حجازی، حسن روشن، حسین فرکی و بسیاری دیگر از تیم ملی دور ماندند.

به‌طور کلی مشخصه ورزش ایران در دهه ۱۳۶۰ تضعیف بُعد حرفه‌ای ورزش بود. ورزش آن تب‌وتاب و هیجان و جنبه‌های تبلیغاتی دهه ۱۳۵۰ را از دست داد. تأکید بر جنبه‌های اخلاقی، تربیتی و آموزشی ورزش جای ابعاد قهرمانی و حرفه‌ای را گرفت. نمادهای ورزشی، مثل غلام‌رضا تختی، نه به‌خاطر مدال‌آوری‌شان، که به‌خاطر جنبه‌های اخلاقی و مردمی مورد توجه قرار گرفتند. نام تختی بر ورزشگاه‌هایی در سراسر کشور نهاده شد. البته کماکان از ورزش برای اهداف سیاسی و ایدئولوژیکی استفاده می‌شد. هرازچندگاهی شاهد حضور برخی از ملی‌پوشان در جبهه‌های جنگ بودیم که خبر این حضور در رسانه‌ها و مجلات بازتاب فراوانی می‌یافت. چهره ورزشگاه‌ها و سالن‌های ورزشی رنگ و بوی مذهبی به خود گرفت. واقعیت امر این است که در دهه ۱۳۶۰ می‌توان از ایدئولوژیکی شدن تمام‌عیار ورزش در ایران صحبت کرد.

در چنین شرایطی طبیعی بود که مطبوعات ورزشی هم با افتی نسبی روبه‌رو شوند. در این دوره، در کنار مجله‌هایی مثل کیهان ورزشی و دنیای ورزشی که انتشارشان را با نیروهای جدید از سر گرفته بودند، برخی روزنامه‌ها، مثل روزنامه ابرار [شروع انتشار ۱۳۶۲]، صفحات دائمی ورزش را تشکیل دادند. صفحه ورزشی روزنامه ابرار با استقبال فراوان مخاطبان روبه‌رو شد و زمینه‌ساز شکل‌گیری روزنامه مستقل ابرار ورزشی در سال ۱۳۷۲ شد. در کنار این موارد، شاهد انتشار مجله‌ها و گاهنامه‌های ورزشی هستیم که در کنار پوشش حداقلی رخدادهای ورزش قهرمانی، بر بُعد آموزشی و تربیتی ورزش تأکید می‌کنند، برای مثال وزارت آموزش و پرورش مجلات ورزشی در تیراژ محدود منتشر می‌کرد با عناوینی چون رشد و تربیت. این مجلات در مدارس و فدراسیون‌های مختلف توزیع می‌شدند و نماینده نگرش جدید به ورزش در ایران پس از انقلاب بودند.

مجلات ورزشی این دوره کماکان اخبار رویدادهای داخلی و خارجی را

پوشش می‌دادند. تضعیف بُعد قهرمانی و هیجانی ورزش در مطبوعات هم خود را نشان داد. سیستم «ستاره‌سازی» پیش از انقلاب تقریباً کنار رفت. هیچ تجسس و پرس‌وجویی از زندگی شخصی قهرمانان به عمل نمی‌آمد و طرف‌داران ورزش تقریباً چیزی از زندگی آن‌ها نمی‌دانستند. تأکید بر فضایل اخلاقی و ایده‌هایی همچون «بازی جوانمردانه» جای هیاهوی قهرمانی را گرفته بود. از این‌رو احتمالاً نسل ورزشکاران و فوتبالیست‌های دهه ۱۳۶۰ حق داشته باشند که خود را نسل سوخته بدانند، چون خلاقیت‌هایشان در چنین فضایی آن‌چنان که باید بازتاب نمی‌یافت. این فضای خاکستری حتی در فرم و طرح مجلات هم نمایان بود. جلد‌ها اگرچه رنگی بودند، اما هیچ نشانی از هیاهو و جذابیت ورزشی نداشتند. تیرها عموماً خنثی و فاقد جذابیت بودند. ویژگی دیگر مجلات کم‌کردن توجه به فوتبال و پرداختن به دیگر رشته‌های ورزشی هم بود؛ نوعی «عدالت» این بار در ورزش.

تیم ملی فوتبال ایران پس از سه قهرمانی متوالی در جام ملت‌های آسیا و حضور در جام جهانی از روزهای خویش فاصله گرفت. در واقع دهه شصت دهه ناکامی‌های ورزش ایران در بُعد قهرمانی تقریباً در همه رشته‌ها بود.

اولین قهرمانی ایران پس از انقلاب در بازی‌های آسیایی پکن در سال ۱۹۹۰ بود که با نسل درخشان دهه شصت حاصل شد که غالباً آخرین تورنمنت فوتبالی‌شان را تجربه می‌کردند. در این سال‌ها فوتبال جذابیت اقتصادی‌اش را از دست داد. از سیاست‌های دولت گفتیم که در شرایط جنگ بودجه‌چندانی نداشت تا خرج ورزش کند. دیگر اینکه، شرکت‌ها و بنگاه‌های خصوصی هم تضعیف شده بودند. در نتیجه، فوتبال دوباره به یک بازی صرفاً جذاب بدون دلالت‌های اقتصادی بدل شد.

نشریات ورزشی این دهه بازتاب کلیت ورزش و جامعه ایران بودند؛ خاکستری، با حداقل جذابیت در فرم و محتوا، نشریاتی سراسر دولتی که حتی توان نقد سیاست‌های بعضاً غلط را نداشتند. زمان می‌برد تا نسل جدید روزنامه‌نگاران ورزشی در ایران متولد شوند.

مطبوعات ورزشی در سال‌های پس از جنگ

سال‌های پس از جنگ با تغییر گفتمان سیاسی و اقتصادی کشور همراه بود. کشور از وضعیت جنگی و تماماً ایدئولوژیک خارج شد و برنامه‌سازندگی در قلب گفتمان «توسعه» حداقل در سطح اجرایی در دستور کار قرار گرفت. طبیعی بود که ورزش هم با تغییراتی مواجه شود.

سال‌های آغازین پس از جنگ سال‌های درخشش تیم‌های ایرانی در عرصه بین‌المللی بود. تیم ملی فوتبال قهرمان بازی‌های آسیایی پکن شد، استقلال و پرسپولیس به ترتیب قهرمان جام باشگاه‌های آسیا و جام در جام آسیا شدند، دولت به تدریج دریافت که می‌تواند از ظرفیت‌های ورزش و به‌خصوص فوتبال در راستای اهدافش استفاده کند و فضا کمی بازتر شد.

بیش از یک دهه پس از انقلاب اسلامی، لیگ فوتبال سراسری دوباره پا گرفت. اشاره کردیم که در تمام طول دهه ۱۳۶۰ خبری از لیگ فوتبال سراسری نبود. شروع مجدد لیگ سراسری نویددهنده گسست فوتبال ایران از حالت بسیار آماتوری و تاحدی محلی فوتبال در یک دهه اول پس از انقلاب بود.

یک اتفاق مهم در این میان استخدام مربیان خارجی در تیم ملی و باشگاه‌های کشور بود. استانکو پوکله کویچ، مربی کروات، به‌عنوان مربی تیم ملی ایران در بازی‌های آسیایی هیروشیما انتخاب شد. اگرچه وی در تیم ملی موفقیتی کسب نکرد، اما پس از حضور در پرسپولیس این تیم را در دو سال متوالی قهرمان لیگ ایران کرد. به تدریج پای مربیان دیگری به فوتبال ایران باز شد. این مقدمه‌ای بود برای ارتباط بیشتر فوتبال ایران با فوتبال روز دنیا. نکته مهم دیگر درباره ورزش ایران در سال‌های پس از جنگ ورود برخی از نیروهای سیاسی و تاحدی تکنوکرات^۱ به بدنه مدیریت ورزش بود. امیر عابدینی، استاندار پیشین در دولت هاشمی رفسنجانی، ابتدا رئیس فدراسیون فوتبال و سپس مدیرعامل پرسپولیس شد. دوران حضور او در پرسپولیس، اگرچه با برخی ابهامات همراه بود، اما غالباً به‌عنوان دورانی درخشان به

یاد آورده می‌شود. حسین محلوچی، وزیر صنایع و معادن دولت هاشمی رفسنجانی، نیز وارد تیم مدیریتی پرسپولیس شد و از امکانات وزارتخانه‌اش برای رشد این تیم استفاده کرد.

برخی چهره‌های سیاسی هم مثل ایروانی به‌عنوان عضو تأثیرگذار هیئت‌مدیره استقلال انتخاب شدند. همه این‌ها خبر از دگرگونی‌هایی در تلقی از ورزش و مدیریت آن می‌داد.

در این فضا بود که شاهد تولد اولین روزنامه‌های ورزشی در ایران بودیم. اشاره کردیم که در دهه ۱۳۶۰ روزنامه ابرار صفحه ورزشی روزانه داشت و اولین جوانه‌های ورزشی‌نویسی مستقل در روزنامه‌های کشور را در روزنامه ابرار باید جست. روزنامه ابرار ورزشی در سال ۱۳۷۲ به‌صورت مستقل و به‌عنوان اولین روزنامه ورزشی کشور منتشر شد. این روزنامه انقلابی در مطبوعات ورزشی ایران بود. سردبیر این روزنامه، اردشیر لارودی، از روزنامه‌نگاران باسابقه بود که از سال ۱۳۴۵ با کیهان ورزشی همکاری کرده بود. لارودی همچنین مربی فوتبال بود و ارتباط زیادی با تیم‌های ورزشی و به‌خصوص تیم‌های ورزشی جنوب شهر تهران داشت. از این طریق شبکه‌ای تشکیل داده بود از بازیکنان، روزنامه‌نگاران و مدیران ورزشی و همین امر کارش را به‌عنوان روزنامه‌نگار تسهیل می‌کرد.

روزنامه ابرار ورزشی به‌سرعت مورد توجه قرار گرفت. از تیراژ دقیق روزنامه اطلاعاتی در دست نیست، اما طبق گفته مسئولان مؤسسه مطبوعاتی ابرار در نیمه اول دهه ۱۳۷۰، روزنامه ابرار به همراه روزنامه ابرار ورزشی در تیراژ ۴۰۰ هزار نسخه منتشر می‌شدند که عدد بسیار بالایی در روزنامه‌نگاری ایران است. یکی از مهم‌ترین وجوه این روزنامه تربیت نسلی از روزنامه‌نگاران ورزشی در ایران بود، به‌طوری‌که تقریباً همه آن کسانی که از دهه هفتاد به چهره‌های برجسته روزنامه‌نگاری ورزشی در ایران بدل شدند سابقه کار در روزنامه ابرار زیر نظر اردشیر لارودی را داشتند؛ از جمله روزنامه‌نگارانی همچون تورج لارودی به‌عنوان کارشناس کشتی، محسن ابراهیمی [که

بعدها ایجنت رسمی فیفا شد]، امیرحسین فرخ‌مهر، علیرضا رستگار، فرهاد کاس‌نژاد، علی حق‌شناس، فرشاد کاس‌نژاد، پویا ژافره، بردیا افشین، پیام یونسی‌پور، افشین عبدالهیان و چهره‌های بسیار دیگر در این روزنامه مشغول به کار شدند. احتمالاً مهم‌ترین چهره مطبوعاتی روزنامه *ابرار* ورزشی عادل فردوسی‌پور بود که در نیمه اول دهه ۱۳۷۰ در سرویس خارجی این روزنامه کار می‌کرد و به ترجمه مقالات و نوشته‌های مجلات خارجی می‌پرداخت. فراز کمالوند، مربی فوتبال، هم از روزنامه‌نگاران این روزنامه بود.

روزنامه *ابرار* تا سال‌ها بهترین روزنامه ورزشی کشور بود و نوعی زعامت و رهبری در ورزشی‌نویسی ایران پیدا کرد. گاهی از اردشیر لارودی به‌عنوان «پدرخوانده» ورزشی‌نویس‌های ایرانی یاد می‌شود. با این حال این روزنامه، با وجود تأثیرگذاری‌اش، نتوانست نقشی انتقادی ایفا کند و به اصلاح جریان‌های ناصحیح در ورزش کمک کند و خود از روندهای آسیب‌زا برکنار نماند. اردشیر لارودی، سردبیر قدرتمند این روزنامه، در گفت‌وگویی با علی عالی، روزنامه‌نگار ورزشی، با اذعان به این مسئله می‌گوید:

صددرصد می‌توانستم جلوی این کج‌رفتن را بگیرم. من نباید اجازه وارد شدن بعضی چیزهای غلط به فوتبال را می‌دادم. وقتی من به شما اجازه وارد کردن چیزهای غلط را می‌دهم، یعنی کار شما را تأیید می‌کنم، یعنی درستی غلط را تأیید می‌کنم. من نباید اجازه می‌دادم بعضی از آدم‌ها، با اعتماد نابجایی که به آن‌ها کردم، وارد فوتبال شوند. در این مورد حرف می‌زنم. ما خیلی به مسائل مزخرف فوتبال پرداختیم. این کار هم یک علت بیشتر ندارد که آن هم بی‌سوادی است. اهالی رسانه خودشان را گم کرده‌اند. من به‌عنوان روزنامه‌نگار تعریف مشخصی دارم، اما گاهی یادم می‌رود.

صحت از این آسیب‌ها دشوار است. اینکه مشخصاً نقش روزنامه‌ها و چهره‌هایی مثل اردشیر لارودی در مسیری که فوتبال ایران به خود گرفت چه بود. به‌هرحال روزنامه *ابرار* ورزشی از اواخر دهه ۱۳۷۰ با تغییر مدیریت و البته پیدایش روزنامه‌های ورزشی جدید جذابیت خود را از دست داد، فروشش

بسیار کم شد، اعضایش یک‌به‌یک رفتند و امروز به‌صورت روزنامه‌ای خنثی منتشر و عموماً به‌صورت آنچه «تلکس‌گردانی» خوانده می‌شود اداره می‌شود. بدون تولید محتوای خلاقانه و تنها با جمع‌آوری اخبار از سایت‌های مختلف.



از شماره‌های قدیمی ابرار ورزشی

اتفاق مهم دیگر در زمینه مطبوعات ورزشی تأسیس روزنامه ایران ورزشی در سال ۱۳۷۵ بود. این روزنامه هم در ابتدا تنها صفحه‌ای بود از روزنامه سراسری ایران. شماره اول روزنامه ایران در اول بهمن ۱۳۷۳ منتشر شده بود و تا سال ۱۳۷۵ دارای صفحه ورزشی ثابت بود. اما از اردیبهشت ۱۳۷۵ ایران ورزشی با سردبیری فیاض زاهدی منتشر شد. روزنامه ایران با هدف پوشش اخبار اقدامات و طرح‌های دولتی تأسیس شده بود. طبیعی بود که دولت، که اختیار صداوسیما را در اختیار نداشت، به فکر تشکیل رسانه‌هایی بیفتد که در اختیار خودش باشد. این روزنامه از دل خبرگزاری ایرنا برآمد که ارگان رسانه‌ای رسمی دولت بود. دو سال پیش از تأسیس روزنامه ایران، دولت مؤسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران را تأسیس کرده بود و روزنامه ایران برآیند مطبوعاتی این مؤسسه بود.

ایران ورزشی

فرد رسانه و فعالیت‌های مفهومی حامی جامعه

امیدواری در سیمای ملی پوشان

**پاهای من
به ایندو آشناست
به ابات آن دست!**

**شاکست
نکاران بخانه
آبادی و
ما طوری به طوری
مفهوم و**

**دانشی از آه
کامیابی در نگاه
حسنت شده ام**

**عزیزان دین تهری
فشاری بر
مرا فریاد ایران
می‌یاد**



امیدواری در سیمای ملی پوشان

به گزارش خبرنگار ورزشی ایران ورزشی، تیم ملی فوتبال ایران در دیدار دوستانه اخیر با تیم ملی فوتبال هند در تهران به تساوی ۱-۱ ختم شد. این بازی در ورزشگاه آزادی برگزار شد و در آن تیم ملی فوتبال ایران با گل‌های مهدی رستم‌پور و علی حیدری برابر تیم ملی فوتبال هند به تساوی ۱-۱ ختم شد.

**وسا ویدیا
و رکتیزمان
در صید
اوجگیر**

به گزارش خبرنگار ورزشی ایران ورزشی، تیم ملی فوتبال ایران در دیدار دوستانه اخیر با تیم ملی فوتبال هند در تهران به تساوی ۱-۱ ختم شد. این بازی در ورزشگاه آزادی برگزار شد و در آن تیم ملی فوتبال ایران با گل‌های مهدی رستم‌پور و علی حیدری برابر تیم ملی فوتبال هند به تساوی ۱-۱ ختم شد.

امروز، روز دراتول است

به گزارش خبرنگار ورزشی ایران ورزشی، تیم ملی فوتبال ایران در دیدار دوستانه اخیر با تیم ملی فوتبال هند در تهران به تساوی ۱-۱ ختم شد. این بازی در ورزشگاه آزادی برگزار شد و در آن تیم ملی فوتبال ایران با گل‌های مهدی رستم‌پور و علی حیدری برابر تیم ملی فوتبال هند به تساوی ۱-۱ ختم شد.

سلیتیک، مظهر اصلی

به گزارش خبرنگار ورزشی ایران ورزشی، تیم ملی فوتبال ایران در دیدار دوستانه اخیر با تیم ملی فوتبال هند در تهران به تساوی ۱-۱ ختم شد. این بازی در ورزشگاه آزادی برگزار شد و در آن تیم ملی فوتبال ایران با گل‌های مهدی رستم‌پور و علی حیدری برابر تیم ملی فوتبال هند به تساوی ۱-۱ ختم شد.



به گزارش خبرنگار ورزشی ایران ورزشی، تیم ملی فوتبال ایران در دیدار دوستانه اخیر با تیم ملی فوتبال هند در تهران به تساوی ۱-۱ ختم شد. این بازی در ورزشگاه آزادی برگزار شد و در آن تیم ملی فوتبال ایران با گل‌های مهدی رستم‌پور و علی حیدری برابر تیم ملی فوتبال هند به تساوی ۱-۱ ختم شد.

جلد نخستین شمارهٔ روزنامهٔ ایران ورزشی

روزنامهٔ ایران ورزشی هم پرورش‌دهندهٔ نسل جدید و مهمی از روزنامه‌نگاران ورزشی در ایران همچون پژمان راهبر، شاهین رحمانی، چیا فؤادی، مهدی رستم‌پور و بسیاری دیگر از روزنامه‌نگاران بود. با این حال به‌خاطر وابستگی‌اش به روزنامهٔ ایران و در نتیجه به دولت، هیچ‌گاه به روزنامه‌های چالشی بدل نشد. تغییر دولت‌ها هم به تغییر مدیران و حتی روزنامه‌نگاران این روزنامه منجر می‌شد و از این جهت ناامنی شغلی در میان روزنامه‌نگاران روزنامهٔ ایران شاید بیشتر از هر روزنامهٔ دیگری باشد.

روزنامهٔ ایران ورزشی صفحه‌آرایی زیباتری داشت و به‌صورت رنگی منتشر می‌شد و کم‌کم عرصه را برای ظهور روزنامه‌های جدید با فرم بهتر فراهم کرد.

تحولات ورزشی و رسانه‌ای در دهه ۱۳۷۰

پیش از ادامه بحث بهتر است به تحولاتی بپردازیم که در این سال‌ها رخ داد. احتمالاً به لحاظ رسانه‌ای مهم‌ترین تحول شروع پخش زنده مسابقات ورزشی و به خصوص فوتبال از تلویزیون سراسری بود. پیش‌تر و از اواخر دهه ۶۰، پخش با تأخیر این مسابقات در دستور کار قرار گرفته بود. جام جهانی نود ایتالیا اولین جام جهانی‌ای بود که بازی‌هایش با فاصله زمانی کوتاه از تلویزیون پخش می‌شد. بسیاری از بازی‌های جام جهانی ۱۹۹۴ آمریکا به صورت مستقیم از تلویزیون پخش شد. این تحول ایده‌ها و مفاهیم جدیدی را وارد کار رسانه‌ای کرد.

یکی از این ایده‌ها اهمیت یافتن روزافزون مسئله سرعت بود. در فضای رسانه‌ای دهه شصت، در نبود یا کمبود پخش تلویزیونی و در نبود روزنامه‌های ورزشی، تنها واسطه ورزشی هفته‌نامه‌هایی مثل کیهان ورزشی بودند که آن‌ها هم با فاصله زمانی نسبت به رویداد ورزشی منتشر می‌شدند. تغییر و تحولات دهه ۱۳۷۰ مسئله سرعت را برجسته کرد، اهمیت حضور نیروهای کافی در تحریریه‌های ورزشی برای پوشش مسابقات را افزایش داد و به طور کلی پویایی بسیاری به مطبوعات و رسانه‌های ورزشی بخشید.

نکته دیگر ظهور چهره یا فیگور جدیدی در رسانه‌های ورزشی بود که عنوان «کارشناس» یافت. پیش‌تر ما مفسران ورزشی داشتیم که عموماً همان گزارشگران محدود تلویزیونی بودند که گاهی نظرات خود را در قالب نوعی تفسیر از ماوقع بیان می‌کردند. ظهور کارشناس محصول تغییرات در رسانه‌های ورزشی جدید بود. کارشناس، به عنوان کسی که اطلاعات و دانشش می‌تواند رخداد ورزشی را برای مخاطب معنادارتر کند، به پای ثابت برنامه‌های ورزشی و حتی پخش‌های زنده تلویزیونی بدل شد. در مطبوعات ورزشی هم ستون‌هایی به این بحث‌های کارشناسی اختصاص داده شد و قرار بود در آن‌ها وجوه جدیدی از ورزش نشان داده شود.

در عرصه اجتماعی هم تغییر و تحولاتی رخ داد. فضای کاملاً دولتی

باشگاه‌داری ورزشی داشت ترک برمی‌داشت، هرچند ظهور باشگاه‌های خصوصی در ایران هیچ‌گاه به جریانی عقلانی و منطقی منجر نشد. در سال ۱۳۷۲ تیم بهمن کرج تأسیس شد. این تیم در سال ۱۳۷۲ توسط بهمن مداح و اکبر مقیم با خرید امتیاز باشگاه بانک سپه تهران تأسیس شد و در سال ۱۳۷۴ به کرج منتقل شد. بهمن برای نزدیک به هفت سال به یکی از تیم‌های متمول و مؤثر لیگ فوتبال ایران بدل شد. تیم‌های دیگری هم در این سال‌ها تأسیس شد. کشاورز در ابتدای دهه ۱۳۷۰ تأسیس شد و سرمایه‌ بسیاری را وارد ورزش فوتبال کرد. این تیم به خرید ستارگانی همچون سیروس قایقران، کریم باقری، جواد زرینچه و رضا شاهرودی پرداخت و برای دو-سه سال به تیمی قابل‌اعتنا بدل شد، اما این تیم هم خیلی سریع محو شد. در واقع در این سال‌ها سازوکار مشخصی برای تیم‌داری در کشور وجود نداشت. به‌رحال این تیم‌ها فضای ورزشی کشور را به‌خصوص از نظر مسائل اقتصادی با تغییراتی اساسی مواجه کردند.

اصلاحات و مطبوعات ورزشی

نیمه دوم دهه هفتاد در ایران را سال‌های «جنبش اصلاحات، بهار مطبوعات» خوانده‌اند. رشد عجیب مطبوعات در این دوره پاسخی بود به تقاضای اجتماعی برای رسانه‌های متفاوت. مطبوعات ورزشی هم از قافله عقب نماندند. البته تا این تاریخ مطبوعات ورزشی اهمیت و تأثیرگذاری خود را ثابت کرده بودند. احتمالاً یکی مهم‌ترین نشانه‌های این امر قدرت پیدا کردن چهره‌های مطبوعاتی در ورزش ایران بود. علی فتح‌الله‌زاده، که برای ورزش ایران چهره‌ای ناشناخته بود، چندی سردبیر هفته‌نامه *استقلال جوان* بود و سپس به‌عنوان مدیرعامل باشگاه استقلال انتخاب شد، آن‌هم در سال‌هایی که مدیریت در این باشگاه سویه‌ای سیاسی‌تر از قبل یافته بود.

اتفاق مهم و تعیین‌کننده در مطبوعات ورزشی که تأثیر دیرپایی بر آن گذاشت تأسیس روزنامه *خبر ورزشی* بود. این روزنامه را گروه رسانه‌ای *خبر منتشر*

می‌کرد. خبر ورزشی ابتدا هفته‌نامه‌ای چهارصفحه‌ای بود که سه‌شنبه‌ها منتشر می‌شد و به‌سرعت مورد توجه قرار گرفت. مسئولیت این ویژه‌نامه و البته اولین سردبیر خبر ورزشی ناصر احمدپور بود که پیش‌تر دبیر سرویس ورزشی روزنامه‌خبر بود. در سال ۱۳۷۶ روزنامه‌خبر ورزشی به‌وسیله‌حسین واحدی‌پور و ناصر احمدپور پایه‌ریزی شد.

خبر ورزشی انقلابی در مطبوعات ورزشی کشور به حساب می‌آید. نخستین تغییر مهمی که این روزنامه ایجاد کرد استفاده از ستون‌های کوتاه در صفحاتش بود. پیش‌تر صفحات روزنامه‌های ورزشی را عموماً یادداشت‌های بلند و گاه ملال‌آور تشکیل می‌داد. خبر ورزشی سنت ستون‌نویسی کوتاه را در مطبوعات ورزشی ایران بنا نهاد. با این کار تعداد اخباری که پوشش می‌داد و تعداد تحلیل و به‌ویژه گمانه‌زنی‌هایش از اتفاق‌های ورزشی را افزایش داد. نکته‌دیگر جسارت این روزنامه در انتخاب تیترها بود. این روزنامه بی‌محابا و کمی هم بی‌پروا در صدق و کذب محتوا تیترهای جنجالی روی جلد خود برد و از این طریق مخاطبان بسیاری را جلب کرد. همه این‌ها خبر ورزشی را به روزنامه‌ای که موضع دارد و آشکارا می‌کوشد از طریق تأثیرگذاری بر فضای عمومی موضعش را پیش‌برد بدل کرد.

روزنامه به‌سرعت توسعه یافت و به تیراژ ۳۲۰ هزار نسخه در روز رسید. روزنامه صفحاتش را به ۱۲ صفحه افزایش داد و برای اولین بار یک روزنامه ورزشی کاملاً جدی و حرفه‌ای متولد شد. خبر ورزشی تلاش کرد تا ورزش بین‌المللی را به‌خوبی پوشش دهد و برای این کار پنج‌شنبه‌ها در هشت صفحه اختصاصی به ورزش و به‌خصوص فوتبال جهان می‌پرداخت.

در این روزنامه هم نسل جدیدی از خبرنگاران ورزشی در کنار ناصر احمدپور رشد یافتند. مهدی هژبری، علی بنی‌شیخ‌السلامی، حبیب افتخاری، فرهاد اشراقی، آرتین زهرابی و مهدی زارع از کسانی بودند که در تحریریه‌خبر ورزشی به روزنامه‌نگاران تأثیرگذاری بدل شدند. ناصر احمدپور هم برای سال‌ها مهم‌ترین چهره‌ورزشی‌نویس ایران شد. او چند باری از خبر ورزشی

رفت و بازگشت و در هر بار رفتن، روزنامه‌های تأثیرگذاری را بنا می‌نهاد. خبر ورزشی بیش از بیست سال است که مهم‌ترین و پرتیراژترین روزنامه ورزشی کشور است و طبق یکی از برآوردها، «پرتیراژترین روزنامه بخش خصوصی کشور هم هست». در واقع ابتکاراتی که این روزنامه به خرج داد برای سال‌ها به الگویی در روزنامه‌نگاری ورزشی ایران بدل شد، برای مثال این روزنامه ستونی با عنوان کارشناسی داوری ایجاد کرد که در آن هوشنگ نصیرزاده به تحلیل داوری مسابقات فوتبال می‌پرداخت. دیگر ابتکار این روزنامه تقویت پخش کاریکاتور و طنز بود، نه به‌عنوان ستون‌هایی گاه‌گاهی و پراکنده، بلکه به‌عنوان ستونی هرروزه و پرتیراژدار.

پس از مدتی خبر ورزشی حتی برای روزهای جمعه هم شماره‌ای منتشر می‌کرد. این شماره با عنوان «خبر ورزشی جمعه» روزهای پنج‌شنبه در کنار روزنامه پنج‌شنبه توزیع می‌شد و می‌کوشید تا مسائل هیجان‌برانگیز و جذاب را پوشش دهد. به‌رحال در این نکته تردیدی نیست که خبر ورزشی مهم‌ترین روزنامه ورزشی تاریخ معاصر ایران است و امروز هم پرمخاطب‌ترین روزنامه ورزشی.



دیگر اتفاق مهم در عرصه مطبوعات ورزشی این دوره تأسیس و گسترش نشریات هواداری بود. در این سال‌ها روزنامه پیروزی تأسیس شد. این روزنامه

اگرچه وابستگی مستقیم به باشگاه پرسپولیس نداشت، ارگان هواداری آن به حساب می‌آمد. این روزنامه با مدیرمسئولی محمدحسین انصاری فرد که از مدیران و حتی سهام‌داران باشگاه پرسپولیس بود تأسیس شد و نخستین شماره آن در تاریخ ۲۷ مهر ۱۳۷۶ منتشر شد. روزنامه پس از مدتی به صورت رنگی انتشار یافت و از آن زمان روزنامه ورزشی مهمی حداقل برای هواداران پرسپولیس بوده است.

روزنامه استقلال جوان هم، که از سال ۱۳۷۲ به صورت گاهنامه و هفته‌نامه منتشر می‌شد، از سال ۱۳۷۶ انتشار رسمی و منظم خود را آغاز کرد و با فراز و فرودهایی تا امروز منتشر می‌شود. به‌هرحال نیمه دوم دهه ۱۳۷۰ سال‌های روزنامه‌ها و هفته‌نامه‌های هواداری هم بود که در ادامه درباره آن‌ها صحبت خواهیم کرد.

با این حال جدای از این دو روزنامه اصلی، در فاصله سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۰ موجی از روزنامه‌ها و به‌ویژه هفته‌نامه هواداری در ایران منتشر شد. دلایل بسیاری می‌توان برای رشد این نشریات برشمرد. احتمالاً نخستین دلیل سیاست‌های کلی دولتی در زمینه حمایت از نشریات بود. هم اعطای مجوز با راحتی بیشتری صورت می‌گرفت و هم غالب نشریات از یارانه‌های دولتی برخوردار می‌شدند. در ضمن، تب فوتبال در آن سال‌ها بسیار داغ بود و تیراژ بالای این نشریات باعث جذابیت اقتصادی آن‌ها می‌شد.

اما دلیل دیگر به تغییر نوع نگاه به فوتبال بازمی‌گردد. بعد از نزدیک به یک دهه دلالت‌های قهرمانی و حرفه‌ای فوتبال دوباره مطرح شد. تب و تاب هواداری و چیزی که به اصطلاح «کری‌خوانی» نامیده می‌شود دوباره مطرح شدند. از طرف دیگر، تغییر فضای سیاسی و بازگشت نوعی هیجان به آن در زبانه گرفتن و تهییج فرهنگ هواداری تأثیر داشت.

فراموش نکنیم در این سال‌ها نوعی رنسانس فوتبالی در ایران اتفاق افتاد. بعد از بازی‌های ضعیف در جام ملت‌های آسیای ۱۹۹۲ در ژاپن، ناکامی در صعود به جام جهانی ۱۹۹۴، و عملکرد بسیار ضعیف در بازی‌های آسیایی هیروشیما در سال ۱۹۹۴، تیم ملی ایران به یک‌باره پوست انداخت. نسل

جدیدی از فوتبالیست‌های ایرانی با مربی‌گری محمد مایلی‌کهن ظهور کردند و بهترین و تماشایی‌ترین عملکرد فوتبال ملی در سال‌های پس از انقلاب را رقم زدند. تیم ایران در بازی‌های جام ملت‌های ۱۹۹۶ امارات نمایشی شکوهمند داشت. چهره‌هایی مثل علی دایی، خداداد عزیزی، کریم باقری، مهدی مهدوی‌کیا درخشیدند و عناوین فردی بسیاری، همچون مرد سال آسیا، را کسب کردند. همه این‌ها باعث شد تا دوباره «ستاره» و «ستاره‌سازی» در فضای فوتبال ایران مطرح شود.

اتفاق فوتبالی مهم‌تر صعود دراماتیک تیم ملی ایران به بازی‌های جام جهانی فوتبال فرانسه در سال ۱۹۹۸ بود. خیلی‌ها عبور از استرالیا و صعود به جام جهانی را مهم‌ترین اتفاق فوتبالی تاریخ فوتبال ایران می‌دانند؛ اتفاقی که حتی به ورزشی شدن همه جامعه حتی بخش‌های محافظه‌کار و مذهبی جامعه منجر شد، اتفاقی که با جشن‌های خیابانی همراه شد و برای اولین بار بعد از انقلاب اسلامی، حضور خیابانی مردم برای امور غیرحکومتی غیرایدئولوژیک رخ داد. بلافاصله خیابان‌ها و معابر منقش به عکس ستاره‌های فوتبالی شد. رهبران سیاسی ایران هم از این تحولات استقبال کردند و هر یک در بیانیه‌هایی این دستاورد را تبریک گفتند. حکومت بار دیگر به اهمیت ورزش و کارکردهای آن پی برد. ما دوباره به این تحولات فوتبالی اشاره می‌کنیم، اما بهتر است رد این تحولات را در مطبوعات ورزشی پی بگیریم.

پیش‌تر از گسترش فرهنگ هواداری و تأسیس نشریات هواداری صحبت کردیم. اولین و شاید مهم‌ترین این نشریات هفته‌نامه فانوس بود؛ نشریه‌ای ورزشی‌هنری که به‌عنوان نشریه هواداران پرسپولیس شناخته می‌شود. سردبیر هفته‌نامه، آلبرت کوچویی، از روزنامه‌نگاران و مترجمان قدیمی بود که گروهی از روزنامه‌نگاران جوان و خوش‌ذوق را گرد خود جمع کرده و پس از سال‌ها کنارنشینی فانوس را منتشر کردند.

فانوس در دوران اوج رکورد نزدیک به ۲۰۰ هزار نسخه برای یک شماره را به ثبت رساند. این هفته‌نامه اولین هفته‌نامه تمام‌رنگی ایران لقب

گرفت. همچنین اولین هفته‌نامه دارای شناسنامه خبرنگاری در ایران هم بود. این هفته‌نامه ستون‌هایی را هم به طنز اختصاص داد که در آن در قالب طنز شعارها، نوشته‌ها و کاریکاتورهایی علیه تیم‌های رقیب چاپ می‌شد. همچنین بخش‌هایی سینمایی داشت و از اولین نشریاتی بود که به ترکیب ورزش و سینما پرداختند؛ اتفاقی که در سال‌های بعد به رویه غالب مجلات و اساساً رسانه‌های ایران بدل شد.



هفته‌نامه‌های دیگری هم در این سال‌ها ظهور کردند. *آوای ساوه* هفته‌نامه‌ای بود که به طرف‌داری از تیم استقلال می‌پرداخت و تقریباً نسخه‌ی مشابه *فانوس* و بعدها *ماهان* بود. ذکر اسامی این هفته‌نامه‌ها خارج از مجال این نوشتار است. باین حال این هفته‌نامه‌ها تغییراتی در الگوی ورزشی‌نویسی ایجاد کردند.

احتمالاً یکی از مهم‌ترین تغییرات ایجادشده در این سال‌ها که به گسترش فرهنگ هواداری هم کمک کرد تماس با بازیکنان محبوب از طریق روزنامه و هفته‌نامه‌ها بود. این کار ابتدا عموماً توسط هفته‌نامه‌ها انجام می‌شد. آن‌ها از پیش اعلام می‌کردند که هواداران می‌توانند در روز مشخصی با بازیکن موردنظر تلفنی صحبت کنند. تعداد تماس‌ها به حدی زیاد می‌شد که امکان صحبت هرچند مختصر با همه‌ی هواداران ممکن نبود. نکته‌ی مهم در این میان این بود که این هفته‌نامه‌ها فقط نشریات ورزشی نبودند و عموماً موضوعات سینمایی را هم پوشش می‌دادند. تصویر دوره‌می بازیکنان و بازیگران گردهم‌آمده در نشریه یا جاهای دیگر بر روی جلد‌ها رفت. به نظر می‌رسید که نشریات دوباره به سیاق نشریات دهه‌ی ۱۳۵۰ مروج چیزی هستند که امروز «فرهنگ سلبریتی» خوانده می‌شود. فرهنگ «ستاره‌سازی» دوباره رواج یافت و از این زمان حواشی پیرامون فوتبالیست‌ها هم افزایش یافت.

در فضای نسبتاً باز سیاسی و اجتماعی، بار دیگر زندگی شخصی ستاره‌ها جذابیتی فراوان یافت. احتمالاً نمونه‌گویای این امر ماجرای قتل همسر ناصر محمدخانی، ستاره‌ی دیروز و مربی امروز پرسپولیس، بود. برای یکی دو سال این پرونده، که نام شهلا جاهد هم به آن وارد شد، بر تیترو همه‌ی روزنامه‌ها و به‌ویژه روزنامه‌های ورزشی رفت. نمونه‌ی دیگری از توجه به مسائل شخصی شایعات مربوط به دستگیری ورزشکاران در مهمانی‌ها بود. به کرات بسیاری از روزنامه‌ها و هفته‌نامه‌های ورزشی از دستگیری برخی فوتبالیست‌ها در مهمانی‌ها

۱. این بخش از تاریخ مطبوعات ورزشی هنوز به‌خوبی بررسی نشده است. در اواخر دهه‌ی ۱۳۷۰ و با ظهور ستارگان جدیدی در فوتبال ایران، مثل حامد کاویانپور، نیکبخت‌واحدی، علی انصاریان و بسیاری دیگر، ارتباطاتی از این دست با حاشیه‌هایی هم همراه بود. یکی از روزنامه‌نگاران معروف آن زمان که ابتدا در روزنامه‌ی ابرار ورزشی و سپس در خبر ورزشی قلم می‌زد اظهار می‌دارد که بازیکنان در این تماس‌ها بارها و بارها پیشنهاد ازدواج و دوستی از هواداران دریافت کرده‌اند.

می‌نوشتند که اسامی شان به صورت مخفف ذکر می‌شد. به‌طور کلی در اواخر دهه ۱۳۷۰ مهم‌ترین تحول در روزنامه‌های ورزشی، از نظر محتوایی، بازگشت سبک زندگی و مسائل مربوط به زندگی شخصی ورزشکاران روی جلد بود.

در نیمه دوم دهه هفتاد و اوایل دهه هشتاد چند روزنامه و نشریه تأثیرگذار دیگر ظهور کردند. اولی همشهری ورزشی بود. همشهری روزنامه‌ای بود که نخستین شماره‌اش را در ۲۴ آذر ۱۳۷۱ منتشر کرد؛ روزنامه‌ای متعلق به شهرداری تهران که به پشتوانه مالی این نهاد و حضور برخی نیروهای جوان سریعاً با استقبال مواجه شد. این روزنامه از همان آغاز به صورت رنگی منتشر شد و طی تنها ۱۰۰ شماره، تیراژش را به صد هزار نسخه رساند. گفته می‌شود که در بهمن ۱۳۷۵، در ماه‌های پیش از انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۱۳۷۶، تیراژ روزنامه به ۴۰۰ هزار نسخه در روز رسید. بخش ورزشی روزنامه همشهری به صورت روزنامه مستقل منتشر نمی‌شد، اما با مدیریت جهانگیر کوثری، روزنامه‌نگار و فوتبالیست سابق، اعتباری پیدا کرده بود. ضمیمه همشهری ورزشی به صورت تمام‌رنگی و در تیراژ بسیار زیاد منتشر می‌شد، برای مثال این روزنامه ویژه‌نامه‌ای نزدیک به پنجاه صفحه برای مسابقات جام جهانی ۱۹۹۸ فرانسه منتشر کرد؛ ویژه‌نامه‌ای که، علاوه بر معرفی همه تیم‌ها و بازیکنان حاضر در جام، مروری جذاب به تاریخچه جام جهانی هم داشت.

دیگر نشریه مهم و تأثیرگذار این سال‌ها تماشاگران بود. این هفته‌نامه از اواخر دهه هفتاد کار انتشارش را آغاز کرد و به سرعت به یکی از مهم‌ترین نشریات ایران بدل شد. چهره‌هایی مثل سیامک و شاهین رحمانی، پژمان راهبر، هیوا یوسفی، آرش راهبر، رضا معطریان، رضا خدادادی، سعیده اسلامی، امیرمهدی ژوله و فرهاد کاوه در این هفته‌نامه قلم می‌زدند. این نشریه استاندارد استفاده از عکس و گرافیک در روزنامه‌نگاری ایران را ارتقا بخشید. نسل جوان روزنامه‌نگاران این روزنامه در سال‌های اصلاحات با جسارت بیشتری به موضوعات مختلف پرداختند. طنز ورزشی در این نشریه کیفیت متفاوتی یافت.

مصاحبه‌های درخشانی چاپ کردند و سبک ورزشی نویسی را از اساس تغییر دادند. ورزشی نویسی پیش‌تر، به لحاظ فرمی، سبکی تقریباً خشک و بی‌پیرایه بود. این نشریه اما با نویسندگان مستعدش سبکی جذاب در نوشتن داشت؛ سبکی تاحدی متأثر از چهره‌هایی مثل ابراهیم افشار و مسعود بهنود که همراه بود به‌گریزی تاریخی به گذشته سوژه و دلالت‌های امروزش. یک مزیت دیگر این روزنامه همراه کردن مخاطبان در برنامه‌ها و تصمیم‌گیری‌ها بود. ارتباط با خوانندگان تسهیل شد و نظرات آنان به کرات در روزنامه بازتاب می‌یافت.



تحریریه هفته‌نامه تأثیرگذار تماشاگران

دیگر روزنامه مهم این سال‌ها روزنامه نود بود که خب نامش یادآور برنامه تازه‌تأسیس و بسیار طرفدار نود بود، اما هیچ ارتباطی با آن نداشت. در طی سال‌ها چهره‌های مختلفی سردبیر این روزنامه بودند. مدتی هم ناصر احمدپور پس از جدایی از خبر ورزشی در این روزنامه مشغول به کار شد. نود از آن زمان تا به امروز منتشر می‌شود، اما کیفیت و تأثیرگذاری‌اش را تا حد زیادی از دست داده است.

روزنامه گل هم از سال ۱۳۸۴ انتشار خود را آغاز کرد. مهم‌ترین ویژگی این روزنامه که در زمان خود نمود بسیاری یافت این بود که این روزنامه در ۱۶ صفحه رنگی به صورت تمام‌گلاسه منتشر می‌شد. این امر باعث شد تا این روزنامه به سرعت با استقبال مواجه شود. دیگر دلیل جذابیت این روزنامه استفاده از پوستره‌های رنگی روزانه بود. هر روز پوستر تیم‌های مطرح یا بازیکنانشان در روزنامه به چاپ می‌رسید. مجید کوهستانی برای نزدیک به ۱۰ سال سردبیری روزنامه را بر عهده داشت و پس از آن، رضا خدادادی، روزنامه‌نگار سابق مجله تماشاگران، سردبیر روزنامه شد. روزنامه گل در ابتدا حدود ۱۵۰ پرسنل داشت. این روزنامه سعی کرد که ویژه‌نامه‌های استانی برای استان‌های مختلف تدارک ببیند و از این طریق بر محبوبیت خود افزود. طبق گفته گردانندگان روزنامه تیراژ ۱۵۰ هزار نسخه در روز بهترین تیراژ روزنامه از آغاز انتشار تا کنون بوده است.

در نهایت اشاره می‌کنیم به روزنامه جهان فوتبال که با مدیرمسئولی مهدی تاج، از مدیران فوتبالی و رئیس فدراسیون سال‌های بعد، منتشر شد. در ابتدا اردشیر لارودی سردبیری این روزنامه را بر عهده داشت و سپس کار بر عهده پژمان راهبر گذاشته شد. به‌رحال این دو چهره، یکی از نسل قدیم و دیگری جوانی حالا باتجربه، تحولات چشمگیری در روزنامه ایجاد کردند. نزدیکی مهدی تاج به کانون‌های تصمیم‌گیری باعث شده بود تا روزنامه از نوعی اطلاعاتی بهره‌مند شود. هرچند بعدها این انتقاد به روزنامه وارد شد که واسطه‌ای بوده است برای پیشبرد خواسته‌های مهدی تاج و تیمی از فدراسیون‌نشینان.

به‌رحال تا اواسط دهه ۱۳۸۰ ما با انبوه و شاید بشود گفت تورمی از روزنامه‌ها و هفته‌نامه‌های ورزشی روبه‌رو می‌شویم. از همان زمان مسئله تحلیل و آسیب‌شناسی این حجم از نشریات ورزشی و کیفیت آن‌ها مطرح شد. وضعیت ایران عموماً با کشوری مثل آلمان مقایسه می‌شد که با وجود سنت ورزشی و فوتبالی قوی‌تر، تنها دو سه روزنامه ورزشی داشت، درحالی که در ایران بیش از حداقل ۱۰ روزنامه ورزشی منتشر می‌شدند. تا یک زمانی پیش

از گسترش نفوذ اینترنت در جامعه، این روزنامه‌ها حدی از فروش را داشتند و شاید بتوان گفت که از عهده هزینه‌هایشان برمی‌آمدند. دولت هم از طریق یارانه کاغذ و دیگر یارانه‌ها حمایت زیادی از نشریات می‌کرد، اما پرسش از ملاحظات مالی این نشریات کماکان باقی است؛ اینکه منابع مالی‌شان چیست و چگونه هزینه‌هایشان را تأمین می‌کنند.

پژمان راهبر در آسیب‌شناسی این وضعیت چرایی گسترش بی‌رویه روزنامه‌های ورزشی بدون افزایش معنادار کیفیت می‌نویسد:

«بین تمام رشته‌های روزنامه‌نگاری، ادبیات ورزشی نویسی پایین‌تر از استاندارد بوده و، در برابر حضور نیروهای فکری شاغل در روزنامه‌های سیاسی که به همراه ادبیات فاخر توانایی تولید و نوشتن یک مطلب را دارند، روزنامه‌های ورزشی در تمام سال‌های دوران شکوفایی خود فاقد این نیرو بوده‌اند». وی در ادامه با بیان اینکه مناسبات زندگی اجتماعی و اقتصادی جامعه امروز مناسبات ایدئال و مطلوبی نیست تصریح کرد: «نباید از روزنامه‌نگاران ورزشی بیش‌ازاندازه توقع داشت که به‌گونه‌ای فعالیت کنند که اثرگذار باشند. مطمئناً در شرایط فعلی که ۱۱ روزنامه ورزشی بیش از نیاز جامعه ورزشی در خط «زرد» فعالیت می‌کنند، صدای یک یا دو روزنامه متفاوت به جایی نمی‌رسد و نتوانسته‌ایم آن‌طور که انتظار می‌رود فرهنگ‌سازی کرده و کار خاصی انجام دهیم؛ زیرا افرادی که وارد این عرصه شده‌اند در ابتدا تفکر آرمان‌خواهانه‌ای داشته‌اند، ولیکن شرایط حاکم مانع از تحقق اهداف تبیین‌شده گردیده است». پژمان راهبر با بیان اینکه ممکن است بعضی از افراد که تفکر تجاری دارند محصول «سفید» تولید کنند افزود: «متأسفانه عدم پایبندی بعضی از مطبوعات «زرد» به اخلاقیات سبب گردیده با ستاره‌سازی‌های کاذب، جنجال‌های بدون عمق و بزرگ‌نمایی نکات خیلی جزئی سعی در تولید محصولات بی‌ارزش داشته باشند که صرفاً برای گذراندن اوقات فراغت افراد بیکار و بی‌سواد باشد». وی نگاه سالم و به دور از علایق شخصی را، که به غلط یا درست و بدون هیچ نفع مالی فعالیت می‌کند، از

شاخصه‌های محصول تفکر «سفید» روزنامه‌نگاران ورزشی برشمرده و افزود: «تمام قدیمی‌های ورزشی‌نویس افراد آرمان‌خواهی بودند که با گذشت زمان واقع‌گرایی آن‌ها سبب گردید محصول "زرد" تولید کنند. در حقیقت بزرگ‌ترین آسیب در مقابل نسل تفکر "سفید" این است که واقع‌گرایی آن‌ها مانع از تحقق اهداف آنان گردد».

این نقل قول نسبتاً طولانی، اولاً، مختصاتی به دست می‌دهد از وضعیت روزنامه‌نگاری ورزشی ایران تا اواسط دهه ۱۳۸۰ و، ثانیاً، خبر از تغییراتی در منش روزنامه‌نگاران و به‌ویژه روزنامه‌نگاران قدیمی می‌دهد. آن سال‌ها یک مضمون مهم در ورزشی‌نویسی و تحلیل‌های ورزشی چیزی بود که اسمش را گذاشته بودند «از دست رفتن ارزش‌ها»؛ البته این مضمون فقط مختص به ورزش نبود و در سایر قلمروها هم دیده می‌شد. نمود سیاسی این تغییرات را می‌توان در فیلم «آژانس شیشه‌ای» ساخته ابراهیم حاتمی‌کیا دید. به‌رحال استدلال این بود که اگر نسل قدیم روزنامه‌نگاران ورزشی عاشق ورزش و فوتبال بودند و همین عشق آن‌ها را به کار نوشتن کشانده بود، نسل جدید از این بابت چندان دغدغه‌ای ندارد. از مناسبات خطرناک نسل جدید با بازیکنان و حتی کانون‌های قدرت گفته می‌شود و اینکه «قلم» معنای راستین و اصیلش را از دست داده است. به‌رحال همان‌طور که اشاره کردیم این مویه چیزی فقط در مطبوعات نبود و در نیمه دوم دهه ۱۳۷۰ در بسیاری از امور دیده می‌شد. ورزش ایران از نظر اقتصادی هم تغییرات اساسی یافت. اگر شاخصه ورزش ایران در دهه ۱۳۶۰ و تا حد کمتری هفتاد فقدان سرمایه بود، از دهه ۱۳۸۰ به یک‌باره و به دلایل مختلف با سرریز سرمایه‌ها در بخش ورزش روبه‌رو می‌شویم. سرمایه به یک‌باره وارد شده به ورزش، شکل‌گیری فیگورها و چهره‌هایی مثل مدیربرنامه‌ها، اهمیت‌یافتن مسئله تبلیغات و برندینگ در ورزش بر ژورنالیسم هم تأثیر فراوان گذاشت. آن نسل قدیمی روزنامه‌نگاران ورزشی که گاه برای پوشش یک رخداد ورزشی مصائب بسیاری را به جان می‌خردند و کارشان چیزی از جنس عشق قلمداد می‌شد یک‌باره با جهانی

روبه‌رو شدند که در آن نشانی از چیزهای سابق نبود. آن‌ها، به‌جای ایستادگی در برابر این جریان، خود در گرداب آن غرق شدند. همه این‌ها زمینه‌ساز گسترش حامی‌محوری و تاحدی فساد در روزنامه‌نگاری ورزشی بود. مورد دیگر به مسئله استعداد و آموزش روزنامه‌نگاران ورزشی بازمی‌گردد. تحقیقی درباره سطح تحصیلات روزنامه‌نگاران ورزشی و سوابق نوشتاری آن‌ها وجود ندارد، اما همان‌طور که پژمان راهبر اشاره کرده است، غالب این روزنامه‌نگاران فاقد تحصیلات لازم بودند، تجربه‌ای در نوشتن نداشتند و اساساً برای این کار آموزش ندیده بودند. برخی از آن‌ها صرفاً عاشقان فوتبالی بودند که به‌مرور زمان توانسته بودند از طریق ارتباطاتی خود را به مطبوعات ورزشی نزدیک کنند. به‌رحال این مسئله به ژورنال‌یسم ورزشی در ایران آسیب بسیار زد. غالب این افراد نه قلم خوبی داشتند، نه تحلیل‌گران خوبی بودند و نه حتی اطلاعات تاریخی مناسبی برای نوشتن در چنته داشتند. با همه این احوال، روزنامه‌های ورزشی کماکان بیشتر و بیشتر می‌شدند.

تحولات ژورنال‌یسم ورزشی در ایران از اواسط دهه ۱۳۸۰

تا اواسط دهه ۱۳۸۰ روزنامه‌های ورزشی جای پای محکمی در حیات روزنامه‌نگاری کشور یافته بودند. بسیاری از روزنامه‌های غیرورزشی و اصطلاحاً سیاسی هم، در تلاش برای عقب‌نماندن و از دست‌ندادن مخاطبان، سرویس ورزشی پویایی در نظر گرفته بودند.

روزنامه شرق، مهم‌ترین روزنامه دهه ۱۳۸۰ کشور، سرویس ورزشی خوبی داشت که مسئولیت آن با پژمان راهبر بود. گاهی این سرویس چهار صفحه در روز منتشر می‌کرد و جدای از خبر و تحلیل، مصاحبه‌های جنجالی هم داشت. در چند نوبت هم بخش سرویس روزنامه شرق ویژه‌نامه‌هایی منتشر می‌کرد. دیگر روزنامه‌ها مثل اعتماد هم به تدریج سرویس ورزشی پویایی شکل دادند. از نیمه دوم دهه ۱۳۸۰ بخش ورزشی این روزنامه با مدیریت علی عالی فعالیت می‌کرد و در آنجا نسل جدیدی از روزنامه‌نگاران ورزشی، مثل

احسان محمدی و رسول مجیدی، قلم می‌زدند. همین تیم بعدها مجله دنیای فوتبال را تشکیل داد. اگرچه پرداختن به این مجله ما را کمی از سیر تاریخی کار و تحولات روزنامه‌نگاری دور می‌کند، به‌واسطه آنکه تیم مدیریتی این روزنامه همان روزنامه‌نگاران سرویس ورزشی اعتماد بودند، بد نیست اشاره‌ای به این مجله تأثیرگذار داشته باشیم.

این مجله از اوایل سال ۱۳۹۲ منتشر شد. الگوی این مجله مجلاتی به‌مانند شهروند امروز بود که در سال‌های پیش‌تر و در فضایی غیرورزشی منتشر شده و مورد استقبال قرار گرفته بودند. تعداد صفحات نسبتاً بالا، طرح جلد جذاب و پرداختن به مسائل و موضوعاتی که پیش‌تر ممنوعه به نظر می‌رسیدند از ویژگی‌های این مجله بود. تقریباً موضوع اصلی تمام شماره‌های دنیای فوتبال موضوعی جنجالی بود. از همان شماره اول که مهندس صفایی فراهانی، رئیس سابق فدراسیون فوتبال، روی جلد آمد تا پرداختن متفاوت به زندگی و مرگ غلام‌رضا تختی یا مصاحبه با فائزه هاشمی‌رفسنجانی دربارهٔ ورزش زنان، موضوع پرویز قلیچ‌خانی^۱، بررسی زندگی علی عبده و موضوعاتی مثل چپ‌های ورزش^۲، همگی از میل و خواست این مجله برای پرداختن به موضوعات جنجالی حکایت داشتند.

درواقع این مجله تلاشی بود برای متفاوت نوشتن دربارهٔ ورزش با چاشنی نوعی فلسفهٔ عامه‌پسند و گاهی مینی‌مالیسم در نویسندگی. این گرایش تنها خاص این مجله نبود و به‌عنوان یک روند جدید گسترده‌تری در مطبوعات ورزشی ایران داشت که بدان اشاره خواهیم کرد. پس از مدتی با

۱. پرویز قلیچ‌خانی از مهم‌ترین فوتبالیست‌های تاریخ ایران بود که بسیاری او را بهترین بازیکن ایران پیش از انقلاب می‌دانند. او پیش از انقلاب به‌واسطهٔ مخالفت با رژیم حاکم به‌تدریج از فضای فوتبالی کنار گذاشته شد و بابتکه کاپیتان تیم ملی بود، از حضور در جام جهانی ۱۹۷۸ آرژانتین محروم شد. در دورهٔ پس از انقلاب کماکان فعال سیاسی بود و مجالی برای حضور در کشور نداشت. پیش‌تر تقریباً هیچ نشریه‌ای به زندگی قلیچ‌خانی نپرداخته بود. به‌رحال پرداختن به او هزینه‌بردار تصور می‌شد.

۲. همهٔ این موضوعات در کنار جذابیت‌های رسانه‌ای نشانهٔ خواستی اساسی در مدیران مجله بود. تلقی شاید بیش از حد سیاسی از ورزش جالب، اما شیوهٔ پرداختن به این موضوعات حساس است. مجله در پرداختن به این موضوعات هیچ‌گاه خطوط قرمز را رد نکرد و معمولاً روایت‌های اصلی را هم بازتاب نداد. مثلاً در پروندهٔ قلیچ‌خانی، اگرچه نوعی افسوس نسبت به سرنوشت او وجود دارد، روایتی از خود او و دوستان نزدیکش وجود ندارد.

شکایت افراد و نهادهای مختلف، عرصه بر دنیای فوتبال تنگ شد. به‌هرحال این مجله بعد از هفده شماره توقیف شد.



تا سال‌های ابتدایی دهه ۱۳۹۰ چند تحول مهم در روزنامه‌نگاری ورزشی ایران رخ داد. یکی ورود نسل جدیدی از روزنامه‌نگاران ورزشی به عرصه مطبوعات بود که فارغ‌التحصیلان رشته ارتباطات و روزنامه‌نگاری بودند. ژورنالیزم ورزشی در ایران پیش‌تر مسئله‌ای غالباً ذوقی بود. غالب روزنامه‌نگاران ورزشی ایران تحصیلات آکادمیک در رشته مرتبط نداشتند. آن‌ها، عموماً با کنج‌کاو و ممارست و البته ذوقی هم در نوشتن، از روزنامه‌های ورزشی سر درآورده بودند، اما برخی از اعضای نسل جدید تحصیلات دانشگاهی روزنامه‌نگاری داشتند و از این نظر ورودشان را با امیدواری می‌نگریستند.

مسئله دیگر تغییر سبکی بود که در الگوی نوشتن رخ داد. ما پیش‌تر به هنگام بحث درباره مجله دنیای فوتبال به بخشی از این الگوی جدید اشاره کردیم. الگوی جدید شاید بیشتر از محتوا دغدغه حس و مسائل زیبایی‌شناسی را داشت. یکی از کسانی که به این الگوی جدید دامن زد دکتر حمیدرضا صدر بود. صدر، که در چند رشته تحصیل کرده است، سابقاً بیشتر به عنوان منتقد سینما شناخته می‌شد. کتاب‌ها و مقالات سینمایی هم نوشته بود، اما از نیمه دوم دهه ۱۳۸۰ به عنوان کارشناس در برنامه‌های تلویزیونی حاضر می‌شد. سبک هیجان‌برانگیز صحبت کردن، ارجاعات مداوم تاریخی، نقل قول از کتاب‌های فوتبال و اتوبیوگرافی بزرگان فوتبال، و تأکید مداوم بر جذابیت‌های فوتبال عناصر الگوی جدید صحبت و نوشتن از فوتبال به شمار می‌آمدند.

صدر تأثیرات بسیاری بر رسانه‌های ورزشی داشت. هم الگوی سخنوری‌اش درباره فوتبال تا حد زیادی اشاعه یافت و هم با تألیف/ترجمه‌هایش به افزایش آگاهی درباره تاریخ و زیبایی‌شناسی فوتبال کمک رساند. او در این سال‌ها چند کتاب تألیفی/ترجمه‌ای درباره فوتبال عرضه کرده است. اولین آن‌ها کتابی بود با عنوان جامعه‌شناسی فوتبال که به معرفی و بررسی جنبه‌های اجتماعی فوتبال در کشورهای مختلف می‌پردازد. او رمان یونایتد نفرین‌شده را ترجمه کرد که اثر درخشانی در ژانر ورزشی است و به زندگی برایان کلاف، مربی بزرگ لیدزیونایتد، می‌پردازد. صدر سپس کتابی منتشر کرد با عنوان نیمکت داغ درباره مربیان تاریخ‌ساز فوتبال و دست‌آخر کتابی هم با عنوان پسری روی سکوها، که خاطرات خودش به عنوان یک عاشق فوتبال است از سال‌ها دیدن بازی‌ها. جدای از این تأثیرات مثبت و آگاهی‌بخش، مورد مشخص حمیدرضا صدر روزنامه‌نگاری ورزشی در ایران را به جهتی خطرناک هم سوق داد.

به تدریج تحلیل درست و فنی بازی‌ها جای خود را به نوعی هیجان‌سازی‌های شاید کاذب داد. توجه به حواشی، نه لزوماً در معنای بد آن، به هدف غایی بدل شد. ارجاعات گاه نادرست به نویسندگان و حتی فلاسفه به بخشی از نوشته‌های

ورزشی بدل شد. شاید از این رو بود که در میان نسل فعلی روزنامه‌نگاران ورزشی، با وجود همه درخشش‌ها، تحلیل‌گر جدی‌ای که بر مسائل فنی تمرکز کند کمتر دیده می‌شود.

البته این الگو تأثیرات مثبتی هم داشت. به یک‌باره روزنامه‌نگاران ورزشی احساس کردند صرف پیگیری رخداد‌های ورزشی یا حتی اطلاع از تاریخ ورزش چندان جذاب نخواهد بود. این بود که سعی کردند گفتن از فوتبال را به موضوعی میان‌رشته‌ای و چندوجهی بدل کنند، بیشتر از قبل به سراغ ادبیات و داستان رفتند و به‌رحال تغییری در الگوی نوشتن ایجاد کردند.^۱ موضوع هم‌راستا با این تغییر نگرش کلی به فوتبال بود. علاوه بر این جریان‌هایی که بدان اشاره شد، تلقی‌ای از فوتبال که برنامه‌نود اشاعه می‌داد هم تأثیرگذار شد. ما در بخش‌های پیش باید به برنامه‌نود اشاره می‌کردیم، اما حضور نزدیک به دو دهه‌ای این برنامه در فوتبال ایران باعث شد تا تأثیراتش بر فوتبال و به‌ویژه ژورنال‌یسم ورزشی را بشود در ادامه توضیح داد.

برنامه‌نود در سال ۱۳۷۷ شروع شد. عادل فردوسی‌پور، که پیش‌تر روزنامه‌نگار روزنامه‌*ابرار* ورزشی به مدیریت اردشیر لارودی بود، تهیه‌کننده و مجری برنامه شد و حالا یکی از محبوب‌ترین چهره‌های اجتماعی ایران هم هست؛ تا جایی که چند سال پیش مجله‌*تایم* او را جزء چهره‌های تأثیرگذار و قدرتمند ایران معرفی کرد. ایده برنامه برگرفته از برنامه‌*(match of day)* بود با هدف تحلیل و بررسی اتفاقات فوتبالی به‌صورت عمیق. رویکرد انتقادی حاکم بر این برنامه به‌سرعت مورد توجه قرار گرفت.

نخستین کارکرد این برنامه، که اتفاقاً تأثیر بسیاری هم بر ژورنال‌یسم ورزشی داشت، توجه به فوتبال در سراسر نقاط ایران بود. فردوسی‌پور یک بار در مصاحبه‌ای گفت که «خیلی از وقت‌ها ما نه تصویری از اتفاقات بازی‌های شهرستان داشتیم و نه از جزئیات آن‌ها چیزی می‌دانستیم». برنامه‌نود کوشید تا

۱. نگارنده این سطور در تحریریه یکی از نشریه‌های ورزشی شاهد بود که سردبیر به روزنامه‌نگاران پیشنهاد می‌داد که حتماً کارهای ادبی و به‌ویژه نوشته‌های کسانی چون ریچارد براتیگان را مطالعه کنند. این مورد مشخص و جزئی، اگرچه شاید به روند کلی و مؤثر بدل نشد، خبر از تغییری در اهمیت و جایگاه ورزشی‌نویسی و بایسته‌های آن می‌داد.

ریز اتفاقات این بازی‌ها و اتفاقات بخصوص جنجالی آن‌ها را به تصویر بکشد و چرایی و چگونگی آن را بکاود. اگر در سال‌های بعد خیلی از نشریات ورزشی با تفصیل بیشتری به ورزش استان‌ها پرداختند و ویژه‌نامه‌هایی در این زمینه تدارک می‌دیدند، تاحدی وام‌دار این رویه برنامه‌نود بودند.

مورد دوم آسیب‌شناسی فوتبال ایران بود. این آسیب‌شناسی عموماً به «ضعف در مدیریت» راه می‌برد. پیش از آن، نگاه انتقادی در میان رسانه‌های ورزشی و مقصر دانستن مسئولان نشان‌چندانی نداشت. برنامه‌نود این نگاه انتقادی را به رویه‌ای ثابت بدل کرد تا حدی که به نوعی هراس مدیران منجر شد. از این جهت این برنامه راهی را پیش روی ژورنالیسم ورزشی گشود که تا به امروز ادامه دارد. در همین راستا نود تا حد زیادی مدعی نوعی تخصص‌گرایی یا علم‌گرایی در فوتبال بود.

مسئله دیگر ارتباط با جهان ورزش و به‌خصوص فوتبال خارج از مرزهای کشور بود. این برنامه الگوی جدیدی برای ارتباطات رسانه‌ای بین‌المللی ارائه کرد. در خود ایران هم برنامه در ارتباط کمابیش گسترده با روزنامه‌ها و روزنامه‌نگاران ورزشی بود.

و در نهایت می‌شود به شیوه روایت فوتبال در این برنامه و برنامه‌های دیگر مثل «فوتبال ۱۲۰» اشاره کرد. متن این روایت^۱ را، که خود فردوسی‌پور اجرا می‌کرد، برخی از روزنامه‌نگاران نزدیک وی می‌نوشتند. اما این سبک به تدریج به الگویی برای ورزشی‌نویسی در ایران بدل شد. این الگوی روایتگری نزدیک به همان چیزی بود که حمیدرضا صدر دوست داشت و می‌نوشت.

برنامه‌نود از زمستان ۱۳۹۷ تعطیل شد. وجوه بسیار مختلفی را برای آن می‌توان برشمرد. این برنامه احتمالاً در تاریخ رسانه‌های ورزشی ایران ماندگار خواهد شد، هرچند این اواخر خود از آسیب‌هایی برکنار نبود. برای نمونه، این برنامه، که در ابتدا رویکردی بسیار نخبه‌گرایانه داشت، به تدریج در دام نوعی پوپولیسم گرفتار آمد. درحالی‌که این برنامه پیش‌تر به واسطی

1. narration

گفتمان کسانی می‌پرداخت که خود را نماینده مردم در ورزش و فوتبال می‌دانستند، به تدریج دچار این توهم شد که خود «آئینه تمام‌نمایی از جامعه است» و در کار بازنمایی درست آن چیزی است که بر فوتبال ایران می‌گذرد. اما برگردیم به موردی که پیش‌تر اشاره شد و آن تلقی این برنامه از فوتبال بود که به تدریج در روزنامه‌ها و برنامه‌های ورزشی شایع گشت.

این تلقی تلقی زیبایی‌شناسانه و تاحدی غیرفنی از فوتبال بود. این تلقی را می‌توان تلقی «کیفی/ سرخوشانه» نامید. در این تلقی بهترین فوتبال‌ها فوتبال‌هایی هستند که بیشترین گل در آن‌ها ردوبدل شود، فوتبالی که توپ دائم روی دروازه‌ها باشد، فوتبالی که سراسر گرگوری و هیجان باشد. احتمالاً آن گفته معروف بیل شن کلی راهنمای این تلقی بود که «برخی معتقدند که فوتبال موضوع مرگ و زندگی است، برای این نوع نگرش بسیار متأسفم. مطمئن باشید فوتبال بسیار بسیار مهم‌تر از این چیزهاست». این تلقی ناخواسته حساسیت‌ها و حتی بی‌اخلاقی‌ها را در ورزش ایران بیشتر کرد و به فضایی ملتهب دامن زد.

به‌هرحال این چند مورد از مهم‌ترین منابع الهام برای نسل جدید ژورنال‌بیسم ورزشی در کشور بودند. این جریان هنوز هم مؤثرترین جریان در ژورنال‌بیسم ورزشی است.

ما کمابیش به مهم‌ترین عوامل و جریان‌های تأثیرگذار بر ژورنال‌بیسم ورزشی پرداختیم و سیر تحولات آن را تا سال‌های آغازین دهه نود پیگیری کردیم، اما این ظهور و گسترش اینترنت بود که سرنوشت ژورنال‌بیسم ورزشی را بسیار تحت تأثیر قرار داد. پیش از پرداختن به این عامل مهم، ذکر چند نکته [که البته شاید آن هم متأثر از اینترنت باشد] راهگشا خواهد بود.

نخستین مورد جذابیت‌یافتن بیش‌ازحد مسابقات ورزشی خارجی و به‌ویژه فوتبال بود. مثلاً مسابقات بسکتبال حرفه‌ای آمریکا^۱ علاقه‌مندان بسیاری یافت. از چند سال قبل تلویزیون ایران روزهای جمعه خلاصه‌ای از بازی‌های این

مسابقات را پخش می‌کرد، اما طبیعی بود که فوتبال در اینجا هم سرآمد باشد. سیاست پخش مستقیم فوتبال‌های خارجی، که در نیمه دوم دهه هفتاد به تدریج آغاز شده بود، پس از یک دهه حالا نتایج خود را نشان می‌داد، به طوری که از نیمه دوم هشتاد به بعد، عملاً فرهنگ هواداری از تیم‌های خارجی شکل گرفت؛ یعنی شما به همان اندازه که مثلاً با استقلال و پرسپولیس «هویت‌یابی» می‌کردید، با طرف‌داری از تیم‌های بزرگ خارجی هم هویت خود را نشان می‌دهید. انجمن‌ها و کلوپ‌های هواداری این تیم‌ها در ایران پا گرفت. این انجمن‌ها و کلوپ‌های عموماً اینترنتی، بیرون از دایره رسمی ژورنالیسم ورزشی، شروع کردند به پخش اخبار این تیم‌ها یا نوشتن مطالبی درباره تیم‌های محبوبشان و ترجمه مقالات. به تدریج تعداد این انجمن‌ها بسیار زیاد شد و امروز تعداد انجمن‌های هواداری از تیم‌های بزرگ جهان در ایران بسیار زیاد شده است. آن‌ها نوعی «ژورنالیسم موازی» را در کنار رسانه‌های مستقر شکل دادند. گاه مناسبات آن‌ها به بیرون از فضای مجازی کشیده می‌شود، ملاقات‌هایی منظم دارند و مثلاً برخی بازی‌های مهم تیم‌های محبوبشان را باهم تماشا می‌کنند. به تدریج حساسیت بازی‌های خارجی و تعصب نسبت به آن به حدی بالا رفت که مجریان و گزارشگران تلویزیونی حتی از ترس واکنش طرف‌داران این تیم‌ها محتاط سخن می‌گویند.

سایت‌های ورزشی تازه تأسیس، که در ادامه از آن‌ها سخن خواهیم گفت، هم به این موج دامن زدند و هم خود متأثر از آن قرار گرفتند. در واقع بخشی از جذابیت آغازین این سایت‌ها پوشش اخبار، حواشی و تحلیل‌های مربوط به فوتبال‌های خارجی بود.

در کنار این تحول جهانی هم در علایق و هم در رسانه‌ها، در داخل پدیده دیگری را هم شاهد بودیم و آن شکل گرفتن فرهنگ هواداری حول تیم‌های شهرستانی بود. برای سال‌ها حین آسیب‌شناسی فوتبال ایران و فضای فرهنگی آن به «فوتبال دوقطبی» اشاره می‌شد؛ فوتبالی که خلاصه می‌شد در استقلال و پرسپولیس. مهم‌ترین شاهد این مدعا بازی‌های استقلال و پرسپولیس در

شهرستان‌ها با تیم‌های شهرستانی بود که معمولاً بخش عمده تماشاگران حاضر در ورزشگاه را هواداران این دو تیم تشکیل می‌دادند. از ابتدای دهه ۱۳۸۰ به تدریج این فضای دو قطبی رنگ باخت^۱. اولین نمود این رنگ‌باختی در تیم ملی خود را نشان داد. تیم ملی از ملک مطلق استقلال و پرسپولیس خارج شد و کم‌کم به تعداد بازیکنان تیم‌های شهرستانی در تیم ملی افزوده شد.

تحول دیگر تغییر موازنه قدرت بین این دو تیم و تیم‌های شهرستانی بود. قهرمانی سپاهان در دومین دوره لیگ حرفه‌ای در سال ۱۳۸۱، افتخارات مکرر این تیم در سال‌های بعد که این تیم را به پرافتخارترین تیم تاریخ لیگ برتر بدل کرد، و سپس قهرمانی تیم‌هایی مثل فولاد باعث شد تا هواداری از این تیم‌ها حداقل در استان‌ها و شهرستان‌های خود افزایش یابد.

نمونه دیگر این تحول مورد تراکتورسازی تبریز است. این تیم ریشه‌دار، اگرچه همیشه تیمی پرهوادار قلمداد شده است، نوع و میزان هواداری از این تیم در تبریز تفاوت محسوسی کرده است. پیش از شروع لیگ برتر [تراکتور تا سال‌ها پس از تأسیس این لیگ، در لیگ دسته‌اول حضور داشت]، معنای هواداری برای طرفداران این تیم متفاوت بود. در بازی با تیم‌های استقلال و پرسپولیس در تبریز، بخش قابل توجهی از فضای استادیوم به طرفداران این دو تیم اختصاص می‌یافت، اما بعدها و با بازگشت تراکتور به لیگ برتر که هم‌زمان شده بود با ظهور رسانه‌های ارتباطی جدید، به یک‌باره شرایط عوض شد. البته سیاست‌های برنامه‌نویس در این تغییر فضا بی‌تأثیر نبود. به‌رحال حالا در تبریز غیر از طرفداران این تیم، طرفداران هیچ تیمی شانس حضور در استادیوم را ندارند. آن‌ها از طریق رسانه‌های جمعی جدید شکل جدیدی از طرفداری را تمرین می‌کنند. تخمین زده می‌شود نزدیک به ۵۰ صفحه متعلق به هواداران تراکتور در فضای مجازی فعال باشند و به پوشش اخبار، تحلیل بازی‌ها و احتمالاً کرکری‌های هواداری می‌پردازند.

۱. در بازی سال ۱۳۸۰ پرسپولیس و سپاهان در اصفهان، گزارشگر تلویزیونی به این تغییر فضا اشاره کرد و گفت که برای اولین بار پس از انقلاب اسلامی، تعداد تماشاگران دو تیم در ورزشگاه برابر است. پیش از آن همیشه طرفداران پرسپولیس حداقل هفتاد درصد ظرفیت ورزشگاه را در اختیار داشتند.

اشاره کردیم که تحول مهم در گسترش فرهنگ هواداری تیم‌ها تأسیس وبلاگ‌ها و سایت‌های اینترنتی بود که به کانونی برای تعمیق این هواداری منجر شد. ظهور شبکه‌های اجتماعی جدید مثل تلگرام و اینستاگرام هم فضایی را برای «باهم‌بودگی» میان این طرفداران فراهم کرد. درنهایت برخی از این تیم‌ها مثل سپاهان و ذوب‌آهن به انتشار روزنامه پرداختند. روزنامه‌ی *صدای سپاهان* از نشریات تأثیرگذار بر فضای فوتبالی اصفهان است که چند سالی است منتشر می‌شود و سیاست‌هایی گاه حتی مخالف با سیاست‌های مدیران تیم را در پیش گرفته است. این روزنامه خود را صدای هواداران واقعی سپاهان می‌داند.

حال که به روزنامه‌های تیم‌های فوتبال پرداختیم، بد نیست اشاره‌ای هم بکنیم به روزنامه‌ی پاس. پاس از باشگاه‌های با قدمت ایران بود که پس از پرسپولیس و استقلال پرافتخارترین تیم تاریخ لیگ به شمار می‌رفت. در سال ۱۳۷۹ و با انتخاب مصطفی آجرلو به‌عنوان مدیرعامل این تیم، تحولات در پاس آغاز شد. ابتدا ورزشگاه شهید دستگردی تکمیل و به بهره‌برداری رسید و سپس پاس به ارتقای سطح حرفه‌ای خود از طریق تجهیز ورزشگاه و زمین‌های تمرین پرداخت. باشگاه در حال پوست‌اندازی بود و با جذب چند چهره‌ی سرشناس مثل خداداد عزیزی جاه‌طلبی‌هایش را نشان داد. پاس بالاخره پس از سال‌ها توانست قهرمانی لیگ برتر را با مربیگری مجید جلالی به دست آورد. تقویت بُعد رسانه‌ای باشگاه یکی از مهم‌ترین اقدامات در راستای تحقق این قهرمانی بود. پاس در اولین قدم خبرگزاری اپنا را تأسیس کرد که نخستین خبرگزاری تماماً ورزشی ایران بود. آجرلو همچنین روزنامه‌ی پاس جوان را با مدیرمسئولی خودش منتشر کرد. این روزنامه به‌صورت رنگی منتشر می‌شد و واسطه‌ای بود برای پوشش اخبار مربوط به باشگاه پاس در رشته‌های ورزشی مختلف. پاس، با وجود افتخارات فراوان، تیمی بود که هوادار نداشت. باشگاه در زمان مدیریت آجرلو تلاش کرد تا این خلأ را پر کند. آن‌ها تأکید زیادی بر سرمایه‌ اجتماعی شهرک اکباتان، محل ورزشگاه شهید دستگردی، داشتند و در مرحله‌ی دوم به پشتوانه‌ی این روزنامه می‌خواستند

این خلأ را تاحدی پوشش دهند. روزنامه‌ پاس جوان بیش از هزار شماره انتشار یافت، اما در سال ۱۳۸۶ پس از انتقال حاشیه‌برانگیز تیم پاس به همدان، انتشارش متوقف شد. تیم پاس تهران هم به خاطره‌ها پیوست.

ظهور اینترنت و تغییر در فضای ژورنالیسم ورزشی

از اوایل دهه ۱۳۸۰ عامل جدیدی روزنامه‌نگاری ورزشی در ایران را به شدت تحت تأثیر قرار داد و این عامل ورود اینترنت و گسترش استفاده از آن بود. در واقع از همان زمان گسترش اینترنت یک سؤال پیش روی فعالان رسانه‌ای و روزنامه‌نگاری بوده است و آن اینکه چه بر سر روزنامه‌های کاغذی می‌آید. این سؤال حتی حالا هم، که اینترنت یک واقعیت تمام‌عیار در زندگی آدمی شده، مطرح است. البته مسئله فقط مرتبط به ایران یا کشور خاصی نیست و سرنوشت مطبوعات کاغذی اکنون پرسشی مهم در سطح جهانی است.

با ورود اینترنت خبرگزاری‌ها تأسیس شدند. این خبرگزاری‌ها فاصله بین اتفاق/خبر با مخاطب را به حداقل رساندند. «سرعت» همواره یکی از مفاهیم تعریف‌کننده مدرنیته بوده است و حالا با ظهور اینترنت داستان داشت ابعاد جدیدی به خود می‌گرفت. خبرگزاری‌ها از مرجعیت رسانه‌های دولتی و همچنین روزنامه‌ها کاستند. چاره‌ای نبود. بلافاصله روزنامه‌ها سایت‌های مخصوص به خود را ایجاد کردند و امکان مطالعه روزنامه به صورت اینترنتی فراهم آمد. امروز تقریباً همه روزنامه‌های ایران سایت‌های اینترنتی دارند، هرچند برخی از آن‌ها در مواجهه با تلاطمات اقتصادی و به‌ویژه گرانی کاغذ برای مطالعه اینترنتی روزنامه وجه طلب می‌کنند.

ژورنالیسم ورزشی هم از این روند مصون نماند. در این میان، تأسیس سایت‌های ورزشی بیش از همه بر ژورنالیسم ورزشی تأثیر گذاشت. این سایت‌ها در وهله اول فرصت اشتغال جدیدی را برای روزنامه‌نگاران ورزشی فراهم کردند. همین امر باعث ظهور و رشد نسل جدیدی از روزنامه‌نگاران ورزشی در ایران شد. در وهله دوم تا حد زیادی از جذابیت روزنامه‌های

ورزشی کاست، چراکه روزنامه‌های ورزشی بیشتر با ماهیت خبری خود متمایز می‌شدند. همان‌طور که پیش‌تر هم گفتیم، تحلیل هیچ‌گاه به سنت نیرومندی در روزنامه‌های ورزشی بدل نشد. وقتی سایت‌ها رشد پیدا کردند، دیگر رفتن به سراغ روزنامه‌های ورزشی کاری بی‌فایده به نظر می‌رسید. در این سال‌ها سایت‌های ورزشی زیادی در ایران ظهور کردند. بخش فارسی سایت گل در سال ۲۰۰۹ در ایران راه‌اندازی شد. سردبیر سایت گل فارسی، پژمان راهبر، از روزنامه‌نگاران صاحب‌سبک در ایران بود. مهم‌ترین نوآوری این سایت فراهم کردن امکانی برای «کامنت‌گذاری» کاربران بود. تا پیش از آن در سایت‌های ایرانی چنین امکانی وجود نداشت. حالا سایت، جدا از محتوای خودش، چیزی داشت که می‌توانست مخاطب جذب کند. کاربران در بخش کامنت‌ها به بیان نظرات خود و احیاناً گرکری‌های هواداری می‌پرداختند. البته مهم‌ترین چالش سایت در این زمینه نحوه مواجهه با کامنت‌های غیراخلاقی و اصطلاحاً سخیف بود. پس از مدتی سایت توانست مانیتورینگ و کنترل کامنت‌ها را هم ارتقا دهد.

یکی دیگر از ویژگی‌های مهم سایت گل پوشش گسترده ورزش و به‌ویژه فوتبال بین‌المللی بود. بخش فارسی گل متعلق به سایت معروف و پرطرفدار گل بود که در سطح جهانی اعتبار داشت و نسخه‌هایی به زبان‌های مختلف داشت. این سایت همچنین تلاش کرد تا دامنه‌ای متنوع از نویسندگان را به کار گیرد. تنی چند از استادان دانشگاه، که به فوتبال هم علاقه داشتند، به نوشتن گاه‌به‌گاه در این سایت می‌پرداختند. در نهایت سایت پس از شش سال فعالیت در سال ۱۳۹۲ تعطیل شد. پژمان راهبر، سردبیر سایت، تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران را از دلایل تعطیلی سایت عنوان کرد.

دیگر سایت ورزشی مهم سایت برنامه نود بود. برنامه نود برای سال‌ها بر فضای فوتبالی کشور حاکم بود و طبیعی بود که سایت این برنامه هم با استقبال مواجه شود. عادل فردوسی‌پور گروهی از روزنامه‌نگاران ورزشی مستعد مثل چیا فؤادی را گرد هم آورده بود و برای سال‌ها سایت نود را به یکی از رسانه‌های

ورزشی تأثیرگذار در کشور بدل کرد. سایت بعد از تعطیلی برنامه نود بیش از یک سال به حیات خود ادامه داد، اما در نخستین ماه‌های سال ۱۳۹۹ تعطیل شد. اما بدون تردید مهم‌ترین سایت ورزشی کشور سایت ورزش سه است. این سایت در حال حاضر نه فقط در ورزش، بلکه پربازدیدترین سایت ایرانی است؛ با درآمد و گردش مالی بسیار. درباره مالکیت این سایت حرف و حدیث بسیار است. مدتی متعلق به گروه ورزش شبکه سه بود، اما جذابیت این سایت آن اندازه بود که گروه‌های قدرتمند برای تملک آن تلاش کنند. از بدو تأسیس نفرات و تیم‌های مختلفی مدیریت ورزش سه را بر عهده داشتند، اما چند سالی می‌شود که پژمان راهبر سردبیر این سایت است. ورزش سه در دوره راهبر تغییر به سمت تصویری شدن را آغاز کرد. بخش عکس و ویدئوی این سایت گسترش حیرت‌انگیزی داشت، در مقابل، انتقادی که معمولاً به این سایت وارد می‌شود این است که جنبه تحلیلی در آن پررنگ نیست. ورزش سه تقریباً با فاصله اندکی خلاصه بازی‌های مهم داخلی و خارجی را بارگذاری می‌کند و حجم تولید محتوا در آن بسیار بالاست. دیگر اینکه، سایت و اپلیکیشن «آنتن»، با همراهی تیم مدیریت ورزش ۳، پخش مستقیم مسابقات فوتبالی را آغاز کرده است و عملاً به رقیبی برای صداوسیما بدل شده است.

دیگر سایت ورزشی مهم این سال‌ها سایت «طرف‌داری» بوده است. این سایت فعالیت خود را از خرداد ۱۳۹۱ آغاز کرد و به سرعت مورد استقبال قرار گرفت. اگرچه این سایت در قیاس با سایت ورزش ۳ مخاطبان کمتری دارد، ویژگی‌هایی دارد که آن را از سایر سایت‌های ایرانی متمایز می‌کند. طرف‌داری از نظر حجم و کیفیت تحلیل تقریباً بهترین سایت ایرانی است. تعداد اخبار و مسائلی که پوشش می‌دهد کمتر از، مثلاً، سایت ورزش سه است، اما از طریق جذب نیروهای جدید و مستعد بر وجه تحلیلی خود افزوده است. بخش ترجمه این سایت، که به ترجمه مقالات و نوشته‌های روزنامه‌نگاران و مفسران خارجی می‌پردازد، از نکات قوت این سایت است. طرف‌داری پروژه‌های جانبی را هم در نظر گرفته است. مثلاً ترجمه کتاب‌های فوتبالی

که هر بار بخشی از کتاب بر روی سایت بارگذاری می‌شود، البته برای مطالعهٔ برخی از این بخش‌ها باید وجه پرداخت کرد.

مواردی که بدان‌ها اشاره کردیم مهم‌ترین و پرمخاطب‌ترین سایت‌های ورزشی ایران هستند. با گسترش شبکه‌های اجتماعی هرکدام از این سایت‌ها دامنهٔ کارشان را به شبکه‌های اجتماعی هم گسترش داده‌اند، مثلاً صفحهٔ اینستاگرام سایت ورزش سه بیش از یک میلیون دنبال‌کننده دارد. البته سایت‌های دیگری هم مثل «آی اسپورت» یا «بانک ورزش» فعال‌اند که از نظر مخاطبان با سایت فوق‌الذکر فاصله گرفته‌اند.

حال که به مسئلهٔ شبکه‌های اجتماعی اشاره کردیم، بد نیست به برخی از آسیب‌های این شبکه‌ها در زمینهٔ تولید و انتشار اخبار بپردازیم. در سال‌های اخیر، یک مضمون مهم در آسیب‌شناسی فضای فوتبال و رسانه در مصاحبه با اهالی فوتبال و متخصصان اشاره به نقش شبکه‌های اجتماعی، به‌ویژه اینستاگرام، در ورزش بوده است. این نقش عموماً نقشی مخرب ارزیابی شده که فضای ورزش را به سمت تولید اخبار و شایعات کذب و ترویج نوعی خصومت می‌کشاند.

تعداد صفحات ورزشی در اینستاگرام به‌طرز تصاعدی افزایش یافته است که غالب آن‌ها هم بیش از پنجاه هزار دنبال‌کننده دارند. هویت گردانندگان این صفحات معلوم نیست. این صفحات توانسته‌اند، از طریق دست‌کاری اخبار و البته اذهان مخاطبان، فضای ورزش را تحت تأثیر قرار دهند. عموماً از نقش آسیب‌زای این شبکه‌ها بر روزنامه‌نگاری ورزشی هم صحبت می‌شود. در واقع سرعت تولید و انتشار اخبار در این صفحات، که راستی‌آزمایی چندانی هم ندارند، روزنامه‌نگاری ورزشی در ایران را با نوعی فرسودگی مواجه کرده است. روزنامه‌نگاران معتقدند که در فضای ایجادشده اساساً امکان آرامش و صحبت معقول در باب فوتبال را از دست داده‌اند. این مسئله امروز به یکی از اساسی‌ترین چالش‌های نه‌تنها رسانه‌های ورزشی، بلکه کلیت فضای ورزش ایران بدل شده است.

ما به تحولات جدید در روزنامه‌نگاری ورزشی ایران اشاره کردیم. برای درک بهتر فضای کنونی روزنامه‌نگاری بهتر است نگاهی هم داشته باشیم

به تحولات سیاسی و اجتماعی ایران از اواسط دهه ۱۳۸۰ و نقشی که این تحولات داشته‌اند. در آخر با توصیفی از وضعیت امروزین ژورنالیزم ورزشی و دورنمای آن بحثمان را خاتمه می‌دهیم.

ورزش و به‌ویژه فوتبال در ایران همواره دارای دلالت‌های سیاسی بوده است. ما به فراخور به بخشی از این دلالت‌ها اشاره کردیم. از اواسط دهه ۱۳۸۰ با جریانی روبه‌رو هستیم که سیاسی‌شدنِ بیش‌ازحدِ فوتبال در ایران خوانده می‌شود. احتمالاً نخستین چالش در این زمینه بحث «مالکیت» تیم‌های ورزشی بوده است. در اواخر دهه ۱۳۷۹ چالشی دامن‌دار پیرامون مالکیت باشگاه پرسپولیس درگرفت. طرفین برای چند سال دعاوی خود را به دادگاه عرضه کردند و درنهایت دادگاه مالکیت قطعی باشگاه را به دولت داد. استقلال هم که دولتی بود و بدین طریق دو باشگاه بزرگ کشور رسماً و کاملاً در اختیار دولت قرار گرفتند، درحالی‌که از زمان انقلاب همواره تردیدهایی درباره مالکیت آن‌ها وجود داشت.

الگوی مدیریت این باشگاه‌ها تغییر کرد. پیش‌تر خبر چندان‌ی از هیئت‌مدیره‌ها نبود، اگر هم هیئت‌مدیره‌ای وجود داشت، تأثیرگذاری مستقیم و آشکاری نداشتند. از این تاریخ مسئله مدیریت دولتی این دو باشگاه و چگونگی آن به چالش مهمی برای دولت‌ها بدل شد. معرفی هیئت‌مدیره‌ها، اینکه چه کسانی و با چه توانایی‌ها و البته گرایش‌های سیاسی به عضویت هیئت‌مدیره درمی‌آیند، مسئله‌ای همواره مهم و چالش‌برانگیز بوده است. اما در این مسئله تردیدی نیست که از نیمه‌های دهه ۱۳۸۰ این باشگاه‌ها کاملاً با دولت و سیاست‌های دولتی گره خوردند. عموماً استدلال می‌شود که مدیریت ورزشی ایران در این سال‌ها و به‌ویژه مدیریت رشته‌ها و تیم‌های پرتعداد به جایی برای بده‌بستان‌های سیاسی بدل شده است. چهره‌هایی برای مدیریت معرفی می‌شوند که هیچ نسبتی با ورزش ندارند، اما با حضور در ورزش به یک‌باره شهرت می‌یابند.

پس از اواسط دهه ۱۳۸۰ با سیاسی‌شدن هرچه بیشتر فضا و مدیریت

ورزش مواجهیم، آن هم در عصری که رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی جدید الگوی تولید اخبار و انتشار آن را دگرگون ساختند.

اما مجموع این تحولات چه تأثیری بر ژورنالیسم ورزشی گذاشت. نخست اینکه ورود اینترنت اگرچه از محبوبیت روزنامه‌های ورزشی کاست، هیچ از تعداد آن‌ها کم نکرد. تقریباً همه آن روزنامه‌هایی که تا زمان گسترش اینترنت در ایران منتشر می‌شدند، به انتشار خود ادامه دادند. تغییر بیشتر در ساخت درونی روزنامه‌ها بود. حالا که پای اینترنت به میان آمده بود، روزنامه‌های ورزشی از تعداد نیروهایشان کاستند، چون با نفرات کمتری هم می‌شد کار را ادامه داد. در نتیجه اگرچه ظهور سایت‌های ورزشی فرصت‌های شغلی بیشتری برای روزنامه‌نگاران ورزشی فراهم کرد، در جاهایی هم ناامنی شغلی برایشان به ارمغان آورد.

مسئله دیگر انتشار روزنامه‌هایی بود به صورت اینترنتی که فقط یک طرح جلد داشتند یا در نهایت با یک صفحه منتشر می‌شدند، مثلاً روزنامه استقلال جوان که به دلایل مالی تعطیل شده بود، پس از مدتی انتشار اینترنتی خود را در قالب طرح جلد ادامه داد. جلدی پر از تیتیر که عملاً همه چیز روزنامه بود و خبری از محتوا نبود. این جلدها در سایت‌ها و صفحات اینترنتی منتشر می‌شد و عملاً حدی از تأثیرگذاری را هم داشت، یعنی با به حداقل رساندن هزینه‌ها، کماکان می‌شد از انتشار روزنامه صحبت کرد.

یا حتی شاهد روزنامه‌هایی هستیم که در چند صفحه منتشر می‌شوند، اما عملاً فقط با یک یا دو نفر اداره می‌شوند. خبری از تولید محتوای تخصصی نیست. روزنامه با چیزی که اصطلاحاً «تلکست‌خوانی» خوانده می‌شود منتشر می‌شود. یعنی مطالب مختلف را از سایت‌ها و روزنامه‌های مختلف می‌گیرند، تغییر صوری و ظاهری ایجاد می‌کنند و بعد انتشار می‌دهند. توزیع کاغذی این قبیل نشریات بسیار محدود است و غالباً فقط بر روی فضای نت وجود دارند. اینکه چرا چنین پدیده‌ای شکل گرفته است، جای تردید دارد. در فقدان پاسخی قطعی می‌توان دست‌به‌دامن حدس و گمان شد.

نخست این که امتیازداران نشریه نمی‌خواهند امتیازشان را از دست

بدهند، چون عدم انتشار طولانی‌مدت نشریه با ازدست‌دادن امتیاز آن همراه خواهد بود. نکتهٔ دیگر این‌که انتشار نشریه حتی با این کیفیت، دلالت‌های مهم اقتصادی دارد. احتمالاً مدیران مسئول در نتیجهٔ ارتباطاتشان می‌توانند یارانه‌های مناسبی «به نام» این نشریه بگیرند، از کاغذ دولتی استفاده کنند یا وام‌هایی دریافت کنند. به‌هرحال دلیل هرچه که باشد، ما نشریاتی داریم که هیچ توزیعی ندارند، اما از همهٔ مواهب انتشار نشریه برخوردارند.

نکتهٔ دیگر به رابطهٔ بین روزنامه‌نگاری ورزشی با فدراسیون‌ها اشاره دارد. این رابطه در سال‌های اخیر شکل نوعی «حامی‌پروری» پیدا کرده است. برخی از روزنامه‌نگاران ورزشی در سال‌های اخیر به جایگاه «مدیر روابط عمومی» ارتقا پیدا کرده‌اند. این جایگاه با نام دیگر «مدیر رسانه‌ای» در ورزش ایران نسبتاً جدید است و حواشی‌ای هم به همراه داشته است. مدیران روابط عمومی عموماً از میان روزنامه‌نگارانی انتخاب می‌شوند که ارتباطات گسترده‌ای دارند و می‌توانند از منافع یک مجموعه دفاع کنند. آن‌ها شبکه‌ای از روزنامه‌نگاران، نشریات و صفحات اینترنتی را به خدمت می‌گیرند تا منافع مجموعهٔ موردنظرشان را بهتر پیش ببرند.

اما وقتی به رابطهٔ رسانه/فدراسیون اشاره می‌کنیم، منظورمان چیز دیگری است. در سال‌های اخیر با نشریاتی مواجه بوده‌ایم که توزیع سراسری مناسبی ندارند، عموماً هفته‌نامه هستند و مثلاً در هزار نسخه منتشر می‌شوند. ویژگی دیگر این نشریات این است که تا حدی به‌صورت تخصصی به یک رشتهٔ ورزشی می‌پردازند. نکتهٔ جالب‌توجه این است که همهٔ نسخه‌ها را فدراسیون مربوطه خریداری می‌کند، یعنی نشانی از مجله روی دکه‌های مطبوعاتی و حتی سایت‌های اینترنتی نیست. نوعی بده‌بستان بین فدراسیون و یک نشریه است. فدراسیون منابع مالی را در اختیار نشریه قرار می‌دهد و نشریه هم تا جایی که می‌تواند از مدیریت آن فدراسیون حمایت می‌کند و مثلاً در نبرد قدرتی که در هر رشتهٔ ورزشی وجود دارد، پشتیبان فدراسیون است. به‌هرحال این هم از اشکال جدید انتشار نشریات در ایران است.

مسئله دیگر ورود هرچه بیشتر روزنامه‌نگاران ورزشی به تلویزیون است. در سال‌هایی که سرمایه‌گذاری صداوسیما بر روی ورزش بسیار افزایش یافت و با تأسیس یک شبکه مختص ورزش عزمش را برای این کار نشان داد، مسئله‌ای که فوراً پیش آمد کمبود نیروهای متخصص در سازمان صداوسیما بود. چاره حضور برخی روزنامه‌نگاران ورزشی در تلویزیون بود. آن‌ها به‌عنوان مجری، مجری همکار یا حتی کارشناس به برنامه‌های تلویزیونی راه یافتند. افشین عبدالهیان مجری برنامه شب‌های فوتبالی، رسول مجیدی، علی عالی و خیلی دیگر از روزنامه‌نگاران ورزشی در سال‌های اخیر وارد تلویزیون شده‌اند. درنهایت به‌لحاظ درونی می‌توان از تغییری اساسی در ژورنال‌یسم ورزشی ایران صحبت کرد. اینکه به‌تدریج چراغ مجلات ورزشی به‌عنوان پیش‌گامان ژورنال‌یسم، یکی پس از دیگری خاموش شد. آن‌هایی هم که هنوز منتشر می‌شوند، در تیراژ بسیار کم عملاً هیچ‌گونه تأثیرگذاری ندارند و احتمالاً به دلایلی غیرورزشی/فنی منتشر می‌شوند. در عصر اینترنت و انتشار لحظه‌ای اخبار و در شرایطی که روزنامه‌نگاری ورزشی در ایران با فقدان بسنده تحلیل‌گر مواجه است، بدیهی است که مجلات ورزشی‌ای که به‌صورت هفتگی یا ماهانه منتشر شوند اقبالی نخواهند داشت. هرچند توجه به این شرایط ساختاری نباید چشم ما را بر ضعف‌های فنی این نشریات ببندد. صفحه‌آرایی قدیمی، طرح جلد‌های غیرجذاب و ناتوانی در جذب نیروهای جوان و بااستعداد باعث شد تا مجلات ورزشی در ایران به محاق بروند. آخرین مجله ورزشی تأثیرگذار همان مجله «دنای فوتبال» بود که به آن اشاره کردیم؛ مجله‌ای که تا حدی سیاست‌زده بود و خیلی سریع هم توقیف شد.

سخن پایانی

این نوشتار گزارش و شرحی اجمالی بود از آنچه بر روزنامه‌نگاری ورزشی ایران رفته است. طبیعی است که این تاریخ را نمی‌توان در نوشتاری از این دست همراه با جزئیات مطرح کرد. هدف نشان‌دادن روندهای کلی،

بررسی مهم‌ترین رسانه‌ها و روزنامه‌های ورزشی و تحولاتی بود که در این عرصه رخ داده‌اند. این نوشتار خود را صرفاً مقدمه‌ای برای انجام پژوهش‌های گسترده‌تر در این زمینه می‌داند.

ژورنالیسم در ایران در تاریخ صدساله‌اش فرازونشیب بسیار داشته است؛ از روزهایی که نشریات در تیراژهای پانصد هزار نسخه منتشر می‌شدند و چشم همه ورزش‌دوستان به چاپخانه‌ها بود تا امروز در عصر اینترنت که برخی از پایان نشریات چاپی صحبت می‌کنند. با این حال برخی سؤالات و پرسش‌ها کماکان مطرح هستند و در سرنوشت ژورنالیسم ورزشی مهم و تعیین‌کننده.

اولین پرسش احتمالاً همان پرسشی است که برای بیش از بیست سال مطرح می‌شود؛ اینکه این تعداد از روزنامه‌ها و حالا سایت‌های ورزشی چه نسبتی با واقعیت ورزش ایران، مخاطبان آن و اساساً اقتصاد آن دارد؛ آیا این تورم رسانه‌ای را باید نشانه‌ای از سازوکارهای اقتصادی و مدیریتی غیرشفاف و ناسالم دانست؟ پاسخ قطعی به این پرسش نمی‌توان داد، اما بررسی روندهای موجود خبر از یک واقعیت می‌دهد: روزنامه‌نگاری ورزشی در ایران، همچون نظام باشگاه‌داری، فاقد استقلال اقتصادی است. اگر دلالت‌های اقتصادی را مهم‌ترین عامل در انتشار نشریات بدانیم، این پرسش مطرح می‌شود که بر مبنای چه سازوکاری آن نشریاتی که تیراژ بسیار پایین دارند کماکان منتشر می‌شوند. اینجاست که بدگمانی نسبت به این نشریات توجیه منطقی می‌یابد. الگوی اقتصادی رسانه‌های ورزشی الگویی است که کماکان با معیارها و شاخص‌های مدرن فاصله دارد. احتمالاً بشود روندهایی آسیب‌زا را تشخیص داد؛ اینکه ممکن است گردش مالی روزنامه‌ها نه بر مبنای فروش روزنامه، که بر مبنای بده‌بستان‌های ناسالم باشد. مسئله دیگر به نوعی چرخش نخبگان یا پرورش نیروهای جدید اشاره دارد. باید گفت که در این زمینه روزنامه‌نگاری ورزشی با نوعی رکود مواجه است. بهترین و مطرح‌ترین روزنامه‌نگاران ورزشی همان کسانی هستند که از بهار مطبوعات ایران در اواسط دهه ۱۳۷۰ برخاسته‌اند. پس از آن اگرچه نیروهایی جدید وارد شده‌اند، این نیروها نه به لحاظ تعداد و نه از نظر تأثیرگذاری

چندان برجسته نیستند. این در حالی است که نسل‌های جدید روزنامه‌نگارانی که تحصیلات مرتبط هم دارند وارد کار شده‌اند. بخشی از این مسئله احتمالاً به ساخت نهادی روزنامه‌نگاری در ایران برمی‌گردد. این ساخت بسیار بسته و محدود با حلقه‌هایی درهم‌تنیده است که اجازه‌ی عرض‌اندام چندانی به نیروهای جدید نمی‌دهد. فیلترهایی هستند که حتماً باید از طریق آن‌ها وارد کار شد. در واقع در غالب بخش‌های روزنامه‌نگاری ورزشی در ایران، نوعی نظام پدرخواندگی دیده می‌شود. در نتیجه برخی از روزنامه‌نگاران مستعد چندی پس از ورود، خسته از این مناسبات، رفتن را به ماندن ترجیح می‌دهند.

اما احتمالاً مهم‌ترین پرسش درباره‌ی «دورنمای» روزنامه‌نگاری ورزشی است. چه بر سر رسانه‌های ورزشی و به‌ویژه رسانه‌های چاپی می‌آید؟ این نکته بحث داغی است؛ نه فقط در ایران، که در سراسر جهان. گروهی از پایان روزنامه‌های کاغذی می‌گویند. مسائل و مشکلات خاص ایران، مثل گرانی کاغذ، وضعیت را دوچندان حاد می‌کند. به نظر می‌رسد که تا آینده‌ای نزدیک روزنامه‌ها به حیات خود ادامه می‌دهند، اما روزبه‌روز از تأثیرگذاری‌شان کاسته می‌شود. آن‌ها ناچاراً بخش‌های آنلاین خود را تقویت می‌کنند. کما اینکه در سال‌های اخیر روزنامه‌هایی، مثل روزنامه‌ی گل و خبر ورزشی، به تقویت بخش آنلاین و چندرسانه‌ای خود پرداخته‌اند. مرگ روزنامه‌های چاپی، اگرچه شاید تصویری تیره از آینده باشد، به‌هیچ‌روی غیرممکن نیست.

در نهایت می‌توان از ظهور اشکال جدیدی از روزنامه‌نگاری ورزشی صحبت کرد که در مسیر و کانال‌هایی غیررسمی در حال تکوین‌اند. این جریان، با وجود اینکه در همین ابتدا درخشان ظاهر شده است، تا تبدیل شدن به رویه‌های تأثیرگذار فاصله بسیار دارد. نمونه‌ی این جریان‌های جدید سایتی است با عنوان اندکی مطایبه‌آمیز «باشگاه دانشجویان فوتبال». این سایت را برخی علاقه‌مندان فوتبال ایرانی که عموماً تحصیل‌کرده‌ی خارج از کشور هستند راه انداخته‌اند و در همراهی با نیروهایی در داخل ایران الگویی متفاوت از رسانه‌ی ورزشی را نشان داده‌اند.



اعضای این سایت، که مطالعات فوتبالی هم داشته‌اند، به ترجمه مقالات مهم فوتبالی می‌پردازند، ویدئوهای تحلیلی بارگذاری می‌کنند، به رابطه فوتبال و سیاست می‌پردازند و در نهایت با تهیه پادکست‌هایی به بحث و تحلیل فوتبال می‌پردازند. این پادکست‌ها توانسته‌اند در همین فرصت کوتاه مخاطبان بسیاری پیدا کنند و در همین مدت کوتاه روزنامه‌نگاری ورزشی در ایران را هم تحت تأثیر قرار داده‌اند. به‌رحال وقتی استاندارد بالاتری از عملکرد ارائه می‌شود، دیگر رسانه‌ها هم ناچارند تلاششان را بیشتر کنند. این جریان تاحدی بر غیررسمی بودن خود اصرار دارد، فوتبال به‌صورت کلی و نه فقط فوتبال خارجی را هدف خود قرار داده و آگاهانه می‌کوشد تا جریانی متفاوت با رسانه‌های رسمی را نمایندگی کند. آینده نشان خواهد داد که تا چه میزان در تحقق این هدف موفق خواهند شد.

امروز با انتشار نزدیک به ۱۰ روزنامه ورزشی و همین تعداد سایت ورزشی، کماکان با تورمی از رسانه‌های ورزشی مواجهیم. الگوهای سنتی روزنامه‌نگاری ورزشی کم‌کم عرصه را برای روندهای جدید خالی می‌کنند. از این جهت روزنامه‌نگاری ورزشی در ایران پویایی دارد، اما از آسیب‌هایی رنج می‌برد که مختص به آن نیستند، بلکه بر تمام فضای ورزش ایران و به‌ویژه فوتبال سایه افکنده‌اند و احتمالاً اصلاح یکی بدون دیگری ممکن نباشد.

فهرست منابع

- آصفی، محمد (۱۳۹۱). «کالبدشناسی تاریخی کیهان»، روزگار یک روزنامه. سایت تاریخ ایرانی. بهمنش، عطاالله (۱۳۸۳). «تاریخ شفاهی مطبوعات ایران». مجله بخارا. شماره ۳۶.
- جعفری، هومن (۱۳۹۷). گفت‌وگو با ابراهیم افشار. روزنامه فرهیختگان.
- سجادی، نصرالله (۱۳۹۴). مصاحبه با روزنامه ایران ورزشی.
- شهابی، هوشنگ (۱۳۹۳). تاریخ سیاسی فوتبال در ایران. ترجمه محمد هدایتی. مجله دنیای فوتبال. شماره ۶.
- قاسمی، سیدفرید (۱۳۷۰). تاریخچه مطبوعات ورزشی در ایران. مجله رسانه. شماره ۷.
- وبسایت تاریخ ورزش ایران به نشانی:

<http://hisport.ir/articlelistbycat.php?id8=>