

## خبر

بیوک ملکی مطرح کرد

## کار غیر فرهنگی تغییر نام معابر تهران از چهار چهره ادبیات



بیوک ملکی ماجرای تغییر نام معابر تهران از چهار چهره ادبیات و آموزش کودکان را کاری غیرفرهنگی و غیرمردمی توصیف می‌کند. این نویسنده ادبیات کوک و نوجوان در پی ماجرای تغییر نام معابری که به اسم چهار چهره ادبیات و آموزش کودک و نوجوان، هوشنگ مرادی کرمانی، جبار باغچه‌بان، مهدی آذریزدی و صمد بهرنگی نام‌گذاری شده بود، در گفت‌وگو با ایستا بیان کرد: دیگران چه بخواهند، چه نخواهند، خیلی از نام‌ها در تاریخ ادبیات کودکان و نوجوانان ثبت شده است. چه نام‌شان بر دیوار کوچه و خیابان و میدانی باشد یا نباشد. اگر باشد نشان از درک بالای مسئولان و مدیران با فرهنگ یک شهر یا یک کشور است و اگر نباشد به معنی شناخت کم آن‌ها نسبت به این مقوله است. بنابراین ما وقتی با چنین رفتارهایی روبه‌رو می‌شویم به حساب این می‌گذاریم که مسئولان نه تنها دغدغه فرهنگی ندارند بلکه با معنا و مفهوم فرهنگ و ادبیات هم آشنا نیستند. ملکی سپری بیان کرد: کسی که اقدام به چنین کاری کرده و دستور حذف این اسامی را داده، معلوم است اهل مطالعه نیست، اهل کتاب‌خواندن نیست، معلوم است در عمرش «عطار» را نخوانده، «میرزایانم» را نخوانده و حتی قرآن را هم نخوانده است. این شکل کارها از کسانی سرمی‌زند که صرفاً خوشامد بالادستی‌ها برای‌شان مهم است و دست به کارهایی می‌زنند که جایگاه خودشان را حفظ کنند اما چون نسبت به کاری که می‌کنند شناخت ندارند، متوجه عاقبت کارشان نمی‌شوند. نمی‌فهمند که حذف کتاب‌نام مهدی آذریزدی یعنی چه؟ نویسنده‌ای که حتی در این دوره رکود کتاب و کتابخوانی هنوز هم کتاب‌هایش هر سال با تیراژ ۲۰۰هزار جلد تجدید چاپ می‌شود؛ در زمانه‌ای که تیراژ کتاب به ۱۰۰هزار جلد رسیده است…

این نویسنده گفت: یک دوره کسی نامه‌ایی را بر خیابان‌ها می‌گذارد و همان نام‌گذاری‌ها سطح فرهنگ یک مملکت را بالا می‌برد و یک دوره هم مثل این دوره کسانی می‌آیند و می‌خواهند نامه‌ایی را که با فرهنگ گره خورده‌اند و تایتل‌رگذار بوده‌اند، از صفحه روزگار پاک کنند که البته آب در هاون می‌کوبند. جمله‌ای را در متن آقای مرادی کرمانی خواندم که جالب بود و آن این‌که ادبیات مثل آب است، هر کجا که جلیوش را بگیرند از جای دیگری راه خود را باز می‌کند. این مسئله را ما بارها و بارها دیده و شنیده‌ایم. یادم هست که در دهه اول انقلاب حداقل ۲۰هزار جلد در کتابخانه‌ها و دست به این کارها می‌زدید. خراب کردن و پاک کردن صورت مسئله که کاری ندارد و هرکس قدرت آن را دارد؛ شما که توان ساختن ندارید لاقال خراب نکنید، هر چند همان‌طور که گفته شد، در نهایت خرابی به خود شما بر می‌گردد و ادبیات هر رکود و بی‌مهری و تخریب را پشت سر خواهد گذاشت و به راه خود ادامه خواهد داد.

تقریباً اوایل اسفند سال ۹۸ آخرین کنسرت‌ها با حضور مردم روی صحنه رفتند و از زمانی که اعلام شد ویروس کرونا به کشور ما هم رسیده بنا به دستور وزارت ارشاد، برگزاری کلیه فعالیت‌های فرهنگی و هنری به حالت تعلیق درآمد. گرچه در این ۲۲ ماه، سینما و تئاتر کج دار و مریز توانستند فعالیت کنند اما کنسرت‌های موسیقی کاملاً تعطیل بودند. البته در میانه تابستان سال ۹۹ تلاش‌هایی برای برگزاری چند کنسرت در محوطه‌های باز در جزیره کیش انجام شد اما به نتیجه خاصی نرسید. در طول این مدت البته هنرمندان موسیقی دست روی دست نگذاشتند و سعی کردند با برگزاری کنسرت‌های آنلاین چراغ موسیقی را روشن نگه دارند.

اما از آنجا که سینما و تئاتر با رعایت پروتکل‌های بهداشتی کارشان را از سر گرفته‌بودند، بارهاهنرمندان نامه‌نگاری‌های مختلفی کردند تا کنسرت‌ها هم تحت همین شرایط برگزار شوند. در پی همین تلاش‌ها سیدمحمد محبتی حسینی، معاون امور هنری وزیر ارشاد، در ۲۱ اردیبهشت امسال از ستاد ملی مبارزه با کرونا برای قرار گرفتن موسیقی در گروه شغلی ۲ و برقراری امکان از سرگیری دوباره برگزاری کنسرت‌ها، بار دیگر تبعیض صورت‌گرفته میان اهالی موسیقی با دیگر هنرها را یادآوری کرد. او نوشت: «عطف به نامه قبلی مبنی‌بر تجدیدنظر در گروه‌بندی مشاغل و پیرو جلسه کارگروه کارشناسی کمیته امنیتی، اجتماعی و انتظامی ستاد ملی مدیریت بیماری کرونا درباره قرار گرفتن سینما و تئاتر در گروه ۲ مشاغل به آگاهی می‌رساند، بسیاری از اجراهای صحنه‌ای موسیقی در گونه‌های ردیف دستگاهی، نواهی و کلاسیک در سالن‌های کوچک و معمولاً با مخاطبان محدود برگزار می‌شود و از نظر رعایت پروتکل‌های بهداشتی و تعداد محدود تماشاگران با استفاده از درصدی از ظرفیت سالن با اجرائی تئاتر و نمایش فیلم نسبتاً بالاتر را رسماً شروع کردیم و امیدواریم تا مشاغل قرار بگیرد تا امکان برگزاری این گونه‌اجراها با رعایت پروتکل‌های بهداشتی میسر شود.»

درخواستی که حمیدرضا نوربخش، مدیرعامل خانه‌موسیقی نیز در تأیید آن گفت: «آیا ما می‌دانیم نزدیک به ۱۶ هزار نفر به صورت مستقیم و غیر مستقیم در ارتباط کامل با موسیقی هستند؟ این‌ها باید در این شرایط چه کنند؟ اکنون که اجراهای زنده موسیقی تعطیل شده‌اند آیا ما می‌دانیم این عزیزان با چه شرایطی مشغول زندگی هستند؟ آیا فهمیده‌ایم حالا که بسیاری از کنسرت‌ها در تعطیلی محض هستند این هنرمندان چگونه زندگی خود را اداره می‌کنند؟ به هر حال این دیدگاه غلطی است که در موسیقی فقط همه چیز را با سلب‌ریتی‌ها ارزیابی کنیم. چرا که غیر از این افراد شناخته‌شده، هنرمندان سیدالوسی در زمینه موسیقی حضور زندگی خود را در انتظار آرزوی صحنه و اجرای برنامه مقابل مخاطبان به شرط رعایت پروتکل‌های بهداشتی هستند.»

به هر حال با وجود همه این‌ها باز هم شاهد برگزاری کنسرتی در کشور نبودیم. تا اینکه چندی پیش خبرهای خوبی در این زمینه به گوش رسید. محمدمهدی اسماعیلی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ۱۵ آبان در برنامه زنده «نگاه‌ها» که شبکه یک سیما حضور یافت و با اشاره به نحوه فعالیت‌های هنری در دوران کرونا گفت: من متعقدم که در کرونا باید زندگی کرد. خوشبختانه زمینه‌های عادی سازی فعالیت‌های کشور در دوران کرونا فراهم شده است.

او افزود: بر اساس نظرسنجی‌ها بیشترین میزان مصرف فرهنگی و هنری ما در حوزه موسیقی است. امیدوارم هنرمندان موسیقی به میدان بیایند و اجرائی کنسرت‌ها در شهرهای مختلف آغاز شود. در این رابطه ثبت‌نام را رسماً شروع کردیم و امیدواریم تا انتهای آبان کنسرت‌ها را دوباره آغاز کنیم. کمی بعد محمدحسین توتونچیان، مدیر یکی از سایت‌های فروش بلیت کنسرت در گفت‌وگویی با ایرنا اعلام کرد که بهای بلیت‌های اجراهای زنده موسیقی در تهران زیر ۴۰۰ هزار تومان و کمتر از قیمت بلیت‌های کنسرت‌های کیش در نظر گرفته می‌شود.

بلیت‌هایی با قیمت بالای ۲۰۰ هزار تومان برای کنسرت‌های تهران مورد مناقشه و انتقاد بسیاری صاحب‌نظران بود ولی افزایش قیمت بلیت کنسرت‌ها یکی از راهکارهایی خواهد بود که بالاچار برای جبران خسارات اقتصادی ناشی از شیوع بیماری کرونا شاهد آن خواهیم بود.

وی همچنین اشاره کرد سال‌های برگزار کننده کنسرت موظف شدند شیوه‌نامه‌های بهداشتی مانند قرار دادن دستگه‌های مجهز به تهویه و ضد عفونی‌کننده، اجباری کردن استفاده از ماسک حین ورود و خروج افراد به سالن‌ها و سرعت بخشیدن به ورود و خروج افراد و حفظ فاصله را رعایت کنند. با این حال تا این لحظه سایت‌های معتبر بلیت فروشی کنسرت‌ها فروش بلیت هیچ کنسرتی را آغاز نکرده اند؛ اما اخبار رسیده از دفتر موسیقی حاکی است درخواست‌های صدور مجوز برای برگزاری کنسرت در تهران در حال ارسال است. هر افزایش بهایی در رابطه با مراحل مختلف برگزاری یک کنسرت از اجاره بهای سالن گرفته تا هزینه تبلیغات بر قیمت بلیت کنسرت‌های

چه معیارهایی برای قیمت‌گذاری‌های عجیب بلیت‌های کنسرت وجود دارد؟

# دست کوتاه مردم از کنسرت

گروه فرهنگ و هنر – تقریباً دو سال می‌شود که بسیاری از شهرهای کشور نوای دلنشین موسیقی زنده و صحنه‌ای را نشنیده‌اند. اما حالا که کم‌کم به نظر می‌رسد قرار است این طلسم دو ساله بشکند، این بار قیمت‌های عجیب بلیت‌های کنسرت راه را برای حضور دوست‌داران موسیقی سخت کرده است.



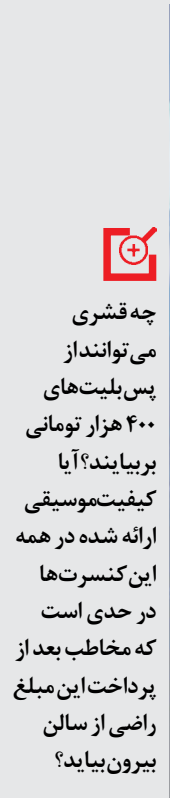
هنرمندانی که به هر شکل هم دلتنگ حضور در کنار هوادارانشان هستند و از طرف دیگر نگران آینده حرفه‌ای خود؛ بر افزایش قیمت بلیت اثر خواهد گذاشت اما آنچه مشخص کننده خواهد بود عزم نهادهای دولتی در کنترل افزایش هزینه‌هایی است که مستقیماً به تصمیمات آنها بستگی دارد.

محسن رحب‌پور، مدیر عامل شرکت ترانه شرقی و یکی از تهیه‌کنندگان موسیقی، نیز گفت: مواردی که همواره در تمام جلسات مورد توجه تهیه‌کنندگان بوده نشان از تمرکز بر این مهم دارد که قیمت بلیت‌ها افزایش چندانی نداشته باشد تا برای مخاطبان برنامه‌های زنده موسیقی هم نیز موجب ناراضی‌ناتی نشود.

وی از سیستم محاسباتی خاصی سخن گفت که با توجه به نوسانات تورم، به متوسط قیمتی منجر شود که هم در کف هزینه‌ها و هم در سقف هزینه‌ها نه تهیه‌کننده ضرر کند و نه مخاطبان با محدودیت‌های مالی مواجه شوند.

گرچه حالا شاهد برگزاری کنسرت در کیش آن هم با قیمت‌های بالا هستیم، اما هنوز هم خبری از کنسرت در تهران نیست. توتونچیان در گفت‌وگو با مهر ضمن ارائه توضیحاتی درباره دلایل برگزار نشدن کنسرت‌ها در تهران علیرغم اعلام آمادگی وزارت ارشاد برای صدور مجوزها گفت: طی روزهای گذشته

تلاش‌های زیادی برای از سرگیری اجراهای زنده موسیقیایی در تهران با در نظر گرفتن پروتکل‌های بهداشتی که از ناحیه تهیه‌کنندگان و کنسرت‌گذاران و چه از ناحیه دفتر موسیقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی صورت گرفت. اما یکی از نکات مهمی که در این میان مورد توجه قرار گرفته، بحث قیمت بلیت کنسرت‌ها به ویژه در سال‌های بالای ۱۵۰۰ نفر است که به هیچ وجه اراده‌ای برای افزایش وجود ندارد؛



چرا که دست‌اندرکاران برگزاری کنسرت‌ها دوست دارند همه افشار جامعه از مزایای برگزاری کنسرت در این شرایط ویژه بهره‌مند شوند. این یک سیاست کلی است که همه فعالان برگزاری کنسرت‌ها روی آن تأکید دارند.

حالا همه می‌گویند که قیمت‌های دنرظر گرفته‌شده باعث عدم استقبال موسیقی‌دوستان از کنسرت‌ها خواهد شد. حمیدرضا نوربخش، مدیرعامل خانه موسیقی، در همین رابطه گفته است: در حالی که می‌دانیم متأسفانه فعالیت‌های هنری به‌مرکز شهر و بالا‌تمرکز شده است و این یکی از مصیبت‌ها تبدیل شده است که باید اینجا اشاره کنم که متأسفیم که اجراهای موسیقی‌مان در سال‌ها با بلیت های بسیار گران برگزار می‌شود و موسیقی از دسترس توده مردم و مخاطبان مهم و اصلی موسیقی دور بوده است. طبقه متوسط جامعه، بدنه ی کارمند و دانشجوی جامعه امکان کنسرت رفتن ندارد و اگر هم بتواند شاید سالی یکبار! ما باید هزینه‌های اجراهای موسیقی را پایین بیاوریم در صورتی که تمام سالن‌های دولتی با متعلق به شهرداری هستند. البته ساختار سالن‌ها هم به شکلی شده که باید خودشان هزینه‌های خودشان را تأمین کنند و از جایی حمایت نمی‌شوند. مثل همین خانه هنرمندان که شاید مهمترین مرکز هنری ایران در جهان باشد.

حالا پرسش این است که چه قشری می‌تواند از پس بلیت‌های ۴۰۰ هزار تومانی بریبایند؟ آیا کیفیت موسیقی ارائه شده در همه این کنسرت‌ها در حدی است که مخاطب بعد از پرداخت این مبلغ رضی از سالن بیرون بیاید؟ به نظر می‌رسد مسئولان باید راهکار تازه‌ای برای تعیین قیمت بلیت کنسرت‌ها بیابند تا شاید بار دیگر موسیقی، هنری در دسترس برای همه مردم باشد.

قانون کپی رایت می‌تواند قدم مناسبی در عرصه فروش فیلم ها و سریال‌های خود بردارد.
وی افزود: اینکه یک شخص و یا یک مجموعه ای جایی دیگر محصولی را تولید کنند و ما بدون پرداخت حق سهم، یا حتی یک اجازه شفاهی از آن مجموعه برای خودمان کسب در آمد کنیم، با این توجه که کسی نمی‌فهمد یا صاحب ندارد، یک سو استفاده کاملآ شخصی از مال دیگران است. امروزه می‌بینیم که سینمای ما حرف برای گفتن دارد و در اکثر جشنواره های دنیا فیلم‌هایمان که تنها حضور دارند بلکه دست خالی هم بر نمی‌گردند. پس زمان آن رسیده است که تولیدکنندگان سریال هم خود را برای حضور در بازار جهانی آماده کنند و این صنعت بزرگ را رونق ببخشند.
فدایی اوزترک یکی از بنیان گذاران انجمن تهیه کنندگان فیلم فیاب نیز در این باره گفت: ما از سال ۲۰۱۹ برای توسعه یک پروژه مشترک با ایران کار می کنیم. به عنوان مردمان همان جغرافیا، می‌دانیم فرصتی پیدا کنیم تا با آثاری که ست‌ها، آداب و رسوم و فرهنگ مشترک ما را به اشتراک می‌گذارد، دریچه ی جدیدی برای آشنایی فرهنگمان به جهانیان باز کنیم.
وی افزود: مشکل صیانت از کپی رایت معضلی است که از گذشته تا به امروز ادامه داشته و با پیشرفت تکنولوژی از یک سو ردیابی آن آسان شده و از سوی دیگر زندگی ما را دشوارتر کرده است. فکر می‌کنم داشتن نمایندگی در جمهوری اسلامی ایران برای ما گامی مهم و تضمینی در حفظ زحمات و زمان صرف شده برای تولیدات است.

## جدیدترین مسئله تلویزیون روی آنتن زنده

دهم آذر ماه هم مدیرعامل باشگاه استقلال در نامه‌ای به رئیس سازمان لیگ خواستار همکاری عوامل اجرایی سازمان لیگ در جهت اجرایی تبلیغات محیطی در دربی پایتخت شد.

اجرولو در این نامه یادآور شده بود که در صورت اعلام شماره حساب از سوی سازمان لیگ، باشگاه استقلال آماده واریز سهم سازمان لیگ از تبلیغات محیطی مسابقه با نساجی و دربی تهران خواهد بود.

در نهایت سعید فتاحی، نماینده باشگاه استقلال هم ساعاتی پیش از آغاز بازی پرسپولیس و نساجی در حالی که سرباز زدن صداسوسیمآ از پرداخت حق بخش مسابقات فوتبال اشاره کرد و گفت: قانون می‌گوید تبلیغات محیطی باید به گونه‌ای باشد که مزاحم دید تماشاگر نباشد. وقتی تماشاگر نایمده و باشگاه حداقل ۵ میلیارد ضرر دیده، در نتیجه این ضرر باید با تبلیغات جبران شود. به گفته وی، استقلال ۱۳ بازی میزبان است و قراردادش برای هر بازی ۱۰ میلیارد تومان بوده که مجموع آن ۱۳۰ میلیارد می‌شود. از آن ۱۳۰ میلیارد، ۳۰ درصد حق سازمان لیگ و مسئولان برگزاری مسابقات است. بر این اساس قبل از هر بازی ۳ میلیارد تومان را به حساب سازمان لیگ واگذار می‌کنند.

به هر طریق دربی ۹۷ اتفاقاتی چون سوردن تبلیغات محیطی به تیم میزبان، استفاده حداکتری از فضای استادیوم آزادی برای تبلیغات و انتقادهایی که از سوی گزارشگر دیدار به عنوان نماینده صداسوسیمآ مطرح شد، به پایان رسید. و حالا باید دید صداسوسیمایی که بابت کیفیت پایین بخش مسابقات، نگران

## فرهنگ و هنر

## اخبار

## «انکانتو» کم رونق‌ترین فیلم هفته باکس آفیس آمریکا



این هفته برای باکس آفیس آمریکا خوب نبود، اما ۲ فیلم بزرگ دیگر تا پایان سال جاری میلادی از راه می‌رسند.

به گزارش مهر به نقل از ددلاین، مانند روند سال‌های گذشته، آخر هفته پس از تعطیلات عید شکرگزاری امسال هم برای باکس آفیس آمریکا دوران خوبی نبود. ترکیب اخبار سوبه جدید امیکرون و اکران یک فیلم انیمیشن دیزنی که خیلی برای مردم جذاب نبود، این مسأله را تشدید کرد.

انتظار می‌رود فیلم «انکانتو» دیزنی فروش خود را تا پایان یکشنبه به ۱۳ میلیون دلار برساند که نمایانگر افتی ۵۲ درصدی در فروش نسبت به هفته اول اکرانش خواهد بود. به این ترتیب فروش کل آن داخل آمریکا به ۵۷.۵ میلیون دلار می‌رسد. انتظا می‌رود تا پایان امروز «خانه گوجی» هم در دومین آخر هفته اکران خود با افت فروش ۴۸ درصدی مواجه شود و با کسب به ۲۴.۳ میلیون دلار برساند.

رقم تخمینی فروش جدیدترین قسمت «شکارچیان روح» هم ۱.۷۸ میلیون دلار در هفتمین هفته اکران خود خواهد بود که به این ترتیب رقم فروش کل آن را به ۱۰۴.۵ میلیون دلار خواهد رساند. اما سال جاری میلادی یک اکران بزرگ دیگر هم خواهد داشت و آن «اسپایدرمن: راهی به خانه نیست» محصول دیزنی و سونی خواهد بود. این فیلم تا به حال رکورد پیش‌فروش نمایش روز اول اکران در تمام دوران پاندمی را در بیشتر رنجیره‌های بزرگ فروش بلیت شکسته است.

علاوه بر این، برای رنجیره‌های بزرگ ای‌ام‌سی سینما رک، این فیلم تا این هفته از دومین پیش‌فروش بزرگ کل تاریخ را پشت سر «انتقام‌جویان: پایان بازی» داشته باشد. آن فیلم در نه‌ایم در زمان اکران خود توانست رکورد فروش افتتاحیه را بشکند و ظرف چند روز ۳۵۷.۱ میلیون دلار بفروشد.

پیش‌فروش شاخصی بسیار دقیق از عملکرد آخر هفته افتتاحیه نیست، اما ارقام پیش‌فروش «اسپایدرمن» جدید حاکی از این هستند که این فیلم می‌تواند در زمان اکران خود در روز هفدهم دسامبر، یکی از پنج فروش بالا را در میان تمام فیلم‌های اکران شده تاریخ در ماه دسامبر داشته باشد.

«انکانتو» توانست خانواده‌های خیلی زیادی را به سینماها بکشاند، اما انتظارها همچنان از قسمت دوم انیمیشن «آواز بخوان» محصول ایلمینیشن و یونیورسال بالااست.

البته قسمت جدید «ماتریکس» هم به زودی از راه می‌رسد و با اکران و پخش آنلاین از اچی‌او مکس در روز بیست‌ودوم دسامبر تبدیل به آخرین فیلم شرکت وارتز مدیا در سال جاری میلادی خواهد شد.

تحلیل‌گران انتظار دارند این فیلم بتواند با رقم ۴۱ میلیون دلار فروش اولیه «تل‌ماسه» رقابت کند. این فیلم علمی‌تخیلی تا اینجا رکورد بهترین اکران افتتاحیه این استودیو را در اختیار دارد.

## محدودیت‌های سفر به بریتانیا بیشتر شد

دولت بریتانیا در پی نگرانی از شیوع نوع «امیکرون» ویروس کرونا محدودیت‌های سفری را تشدید کرد.

به گزارش ایسنا و به نقل از اسوشیتدپرس، دولت بریتانیا روز شنبه در پی نگرانی از شیوع نوع «امیکرون» ویروس کرونا اعلام کرد تمامی مسافرانی که به انگلستان سفر می‌کنند باید قبل از سفر آزمایش کرونا انجام دهند.

این مقررات جدید از ساعت چهار صبح به وقت لندن از روز سه‌شنبه به اجرا گذاشته خواهد شد. همچنین، بر اساس تصمیمات جدید دولت بریتانیا، نیجریه به «فهرست قرمز مسافرتی بریتانیا» اضافه شد. در نتیجه ورود مسافران از نیجریه به جز ساکنان بریتانیا و ایرلند ممنوع خواهد بود. مسافران مجاز به ورود هم باید مدتی را در مکان‌های تعیین‌شده در قرنطینه‌سپری کنند.

روز شنبه، مقامات بریتانیا ۴۲٬۸۴۸ مورد جدید ابتلا و ۱۲۷ مورد جدید مرگ بر اثر ابتلا به ویروس کرونا را به ثبت رساندند.



ببنده خود است، آیا سرانجام به نشستن پای میز مذاکره با مسئولان فوتبال برای رسیدن به توافق بر سر پرداخت حق پخش راضی می‌شود یا همچنان همه صحبت‌ها در حد شعار باقی می‌ماند و داستان تبلیغاتی که این روزها از سر و کول تماشاگر بالا می‌رود و در یک مسابقه دربی به اوج خود می‌رسد، به این زود‌های تمامی ندارد.

نود و هفتمین دربی تهران با تساوی دو تیم استقلال و پرسپولیس به «جنگ سرد» تعبیر شد و آنچه بیش از اتفاقات درون زمین نگاه‌ها را به سمت خود جلب کرد، حجم بالای تبلیغات آزادنده اطراف زمین بود که لحظه‌ای بیننده تلویزیون را رها نکرد.

این وضعیت جدید، بار دیگر پرسشی قدیمی را هم یادآور شد که اگر صداسوسیمآ با مسئولان فوتبال بر سر حق پخش مسابقات به توافق می‌رسید، آیا پوشش تلویزیونی مسابقه دو تیم مطرح پایتخت را با کیفیتی این چنین ناازل شاهد بودیم؟

به گزارش ایسنا، شنبه ۱۳ آذر ماه، دو تیم استقلال و پرسپولیس برای نود و هفتمین بار مقابل چشم بیننده تلویزیونی که اجازه حضور در استادیوم آزادی را

نم نداشت، به مصاف هم رفتند. فضای استادیوم خالی از تماشاگر و مسابقه‌ای که در نهایت گلی هم به همراه نداشت، به اندازه کافی از جذابیت‌های دربی کاسته بود و این مساله، با فضای استادیومی مملو از بیلبوردهای تبلیغاتی، دوچندان می‌شد.

حجم بالای تبلیغات در استادیوم آزادی، برای لحظاتی در نیمه اول صدای گزارشگر مسابقه را هم درآورد؛ به نحوی که محمدرضا احمدی حدود دقایق ۲۰ بازی در جملائی، با انتقاد از حجم بالای تبلیغات و شلوغی کنار زمین، در عین حال اعلام کرد که به نظر می‌رسد همه هم استقلال که استادیوم را پر از تبلیغات کرده و هم سازمان لیگ بخاطر روشن شدن ال‌ای‌دی‌ها. از این توافق