

دنیای ورزش

ابراز همدردی چهره‌ها در پی

در گذشت «سیامندر حمان»

ایرنا: در پی درگذشت دارنده مدال طلای پارالمپیک ۲۰۱۲ لندن، رئیس جمهوری، رئیس مجلس شورای اسلامی، معاون اول رئیس جمهوری، وزیر کار، وزیر ورزش، رئیس کمیته ملی المپیک، رئیس کمیته ملی پارالمپیک، سازمان بسیج ورزشکاران، سازمان بهزیستی و روسای فدراسیون‌های ورزشی ایران با ارسال پیام تسلیت این ضایعه را به ورزش کشور تسلیت گفتند. همچنین رئیس کمیته بین‌المللی پارالمپیک، رئیس پیشین کمیته بین‌المللی پارالمپیک، کمیته ملی پارالمپیک کشورهای مغولستان، ژاپن و قرقیزستان، تلویزیون NHK ژاپن، نماینده کمیته برگزاری بازی‌های پارالمپیک توکیو-۲۰۲۰، رئیس و مسئول ارشد اجرایی NPCاسترالیا، «پوچنی بوخاروف» از کمیته بازی‌های پارالمپیک IPC، رئیس پیشین کمیته فنی پارا ورنه‌برداری IPC، کمیته پارالمپیک آسیایی و رئیس کمیته‌اجرایی بنیاد آجیتوس، از جمله شخصیت‌ها و نهادهای بین‌المللی بودند که درگذشت «سیامندر حمان» را تسلیت گفتند.

اجاره‌بهای اماکن ورزشی دولتی اخذ نمی‌شود

ایسنا: مدیرکل ورزش و جوانان استان زنجان گفت: با توجه به تعطیلی اماکن ورزشی اجاره‌بهای اماکنی که در اختیار این اداره کل است، اخذ نمی‌شود. علی‌خیلی، با اشاره به این که شیوع کرونا باعث شده بخشی از فعالیت‌ها تعطیل شود،افزود: اماکن ورزشی، یکی از این بخش‌هاست و از هفته گذشته شاهد تعطیلی فعالیت‌های ورزشی در استان هستیم که همین مسئله می‌تواند مشکلات دیگری را به وجود بیاورد. وی با تأکید بر این که سلامتی مردم در اولویت برنامه‌ها قرار دارد و تعطیلی اماکن ورزشی نیز در همین راستا اتخاذ شده، گفت: در شرایطی هستیم که به همدلی و انسجام برای مقابله با این بیماری نیاز داریم؛ با توجه به این که تعطیلی اماکن ورزشی می‌تواند مشکلاتی را برای فعالان این بخش به وجود آورد، تصمیم بر این شد تا اجاره‌بهای اماکن تحت پوشش این اداره کل از کسانی که این مکان‌ها را اداره می‌کنند، اخذ نشود.

مدیر عامل پیشین پرسپولیس مدیر عامل پیکان شد

میزان: از سوی مدیرعامل گروه صنعتی ایران خودرو، حمیدرضا گرشاسبی رسماً به عنوان مدیر عامل باشگاه پیکان انتخاب شد. جلسه معارفه گرشاسبی در دفتر مدیریت باشگاه پیکان و با حضور مدیران گروه صنعتی ایران خودرو، هیئت مدیره و مدیران باشگاه انجام شد. گرشاسبی ابراز امیدواری کرد تا با ساختارسازی مناسب و با کمک گروه صنعتی ایران خودرو شاهد شکوفایی بیش‌ازپیش ورزش در سطح بزرگ‌ترین خودروساز خاور میانه باشد.

قلعه‌نویی، سپاهانی‌ها را ممنوع‌المصاحبه کرد

همشهری آنلاین:امیر قلعه‌نویی، از شاگردانش خواسته دیگر در مورد بازی با پرسپولیس و همچنین رایی که در خصوص این بازی صادر شده مصاحبه‌ای با رسانه‌ها نداشته باشند و در فضای مجازی هم در این باره صحبتی نکنند. صحبت پیرامون این موضوع به واسطه چالش‌هایی که به وجود آورد، موجب شد تیم سپاهان تمرکز خود را از دست دهد و در بازی با ذوب‌آهن دو امتیاز حساس از دست بدهد. به همین خاطر برای این که در بازی‌های آتی این چالش تکرار نشود سرمربی سپاهان از شاگردانش خواسته در مورد این بازی صحبتی نکنند و نگاهشان به بازی‌های پیش رو باشد. دیدار سپاهان – پرسپولیس با رأی کمیته انضباطی ۰-۳ به سود پرسپولیس اعلام شد. قرار است پرونده بازی پیش از فرارسیدن سال جدید از سوی کمیته استیناف تعیین و تکلیف شود. قلعه‌نویی در تازه‌ترین صحبت‌هایی که پیرامون این بازی داشته، گفته است: «درباره اتفاقات بازی مقابل پرسپولیس باید واقعیت‌ها را می‌گفتیم و این کار را هم کردیم. باشگاه رأی صادر شده در این بازی را پیگیری می‌کند. به بازیکنان هم اعلام کردم در این خصوص حرفی نزنند. ما باید به آینده فکر و دعا کنیم هر چه زودتر کرونا ریشه‌کن شود.»

باسخ فدراسیون فوتبال به فیفا درباره شکایت ویلموتس

ایرنا: به دنبال طرح دعوی «مارکو ویلموتس» در فیفا، فدراسیون فوتبال در موعد مقرر پاسخی منطبق بر اساس کلیه مفاد قرارداد و در راستای جزئیات تعهدات به امضا رسیده طرفین به فیفا ارسال کرده و در قالب یک دعوی متقابل طرح دعوی نوینی علیه وی صورت گرفت.

بر همین اساس روند داد‌رسی پرونده در حال پیگیری است. ذکر این نکته ضروری است که نه ویلموتس و نه وکلای وی در هیچ یک از اوراق ارسالی به فیفا عنوان مجرمانه‌ای را به فدراسیون فوتبال ایران نسبت نداده‌اند.

پیام اختصاصی «کی‌روش» در روز تولدش به فوتبال ایران

ایلنا: سرمربی پیشین ایران در روز تولد ۶۵ش‌لگی، با پیام‌های زیادی از ایران مواجه شد که با روی خوش به بسیاری از آن‌ها پاسخ داد. او پیامی را هم به صورت اختصاصی برای خبر آنلاین صادر کرد. «کارلوس کی روش» سرمربی پیشین ایران و کنونی کلمبیا، در پاسخ به پیام تبریک تولدش برای ایران آرزوی موفقیت کرد و در بخشی از پیام‌هایش گفت: بازیکنان تیم ملی ایران هر غیرممکنی را ممکن می‌کنند.

تیم ملی ایران که در مرحله نخست انتخابی جام جهانی در جایگاه سوم گروهش قرار دارد، به‌زودی با فروکش کردن بحران کروناویروس باید با رهبری سرمربی جدید خود «دراگان اسکوچیچ»، چهار برد متوالی برابر هنگ‌کنگ، بحرین، عراق و کامبوج به‌دست بیاورد و راهی مرحله دوم انتخابی جام جهانی در آسیا شود.

فوتبال

مدیر ارشد بازاربایی اسنپ از تبلیغ در ال‌کلاسیکو می‌گوید

تبلیغات ایرانی در تماشایی‌ترین شب فوتبال

چندی پیش رقابت دو تیم با رسلونا و رئال‌مادرید در ورزشگاه سانتیاگو برنابئو برگزار شد. برای تماشاگرانی که از ایران ال‌کلاسیکو را دنبال می‌کردند، این بازی یک تفاوت مهم با بازی‌های قبل داشت. در تبلیغات دور زمین لوگوی «اسنپ» به چشم می‌آمد و همین یک موج خبری تازه‌ای دست و پا کرده بود. این نخستین بار نبود که اسنپ برای تبلیغاتش با فوتبال همراه شده بود؛ سال ۹۶ در بازی منچستر یونایتد و لستر سیتی تبلیغات اسنپ دور زمین پخش شد.

سال گذشته در بازی دربی، لوگوی اسنپ روی پیراهن بازیکنان استقلال و پرسپولیس به چشم آمد. بعد از آن هم نوبت به تبلیغ اسنپ در بازی رئال‌مادرید و سوپا در مسابقات لالیگا رسید. حالا هم ال‌کلاسیکو معروف و پیام‌های اسنپ دور زمین که فضای بحث هواداران را حسابی تحت‌الشعاع خودش قرار داد. در میانه کل‌کل‌های فوتبالی، سوال‌ها و نظرها و تعریف‌ها و انتقادهای یکی پس از دیگری ردیف شدند.

همین حرف‌ها پنهانه‌ای شد تا سراغ میثم ملاشریفی، مدیر ارشد بازاربایی اسنپ برویم و از او درباره چند و چون این تبلیغ پُر سروصدا سؤال کنیم.

بیک تبلیغ و اِبن همه سروصدا. ایده اصلی این کار از کجا آمد و چه شد به فکر تبلیغ در بازی ال‌کلاسیکو افتادید؟

چند ماه پیش بود که در جلسات مختلف ایده پردازی به این نتیجه رسیدیم که برای بازی ال‌کلاسیکو دور زمین اسنپ را تبلیغ کنیم. سر نرخ اصلی ماجرا به این برمی‌گردد که ما در اسنپ همیشه تلاش کرد‌ه‌ایم اتفاق تازه‌ای رقم بزنیم و تا حد ممکن خلاقیت را چاشنی فعالیت‌های‌مان کنیم. اصلا هویت برند اسنپ همین است؛ این‌که در هر حوزه‌ای اولین و خلاق‌ترین باشد. همان‌طور که

در مورد محور اصلی فعالیتش یعنی همان حمل‌ونقل هوشمند در سطح کشور اولین بوده و در طول پنج سالی که از عمرش می‌گذرد همواره سعی کرده تازه‌ترین اتفاقات را در کشور رقم بزند. هر چند حالا اسنپ دیگر تنها یک برند حمل‌ونقل اینترنتی نیست و با توجه به تمام امکانات دیگری که در قالب سوپراپلیکیشن در حوزه سفارش غذا، خرید بلیت، رزور هتل و غیره انجام می‌دهد، به یک سبک زندگی تبدیل شده که همین هم شاهد دیگری بر خلق اتفاقات تازه است. درمورد تبلیغات هم داستان همین بود. ما می‌خواستیم متناسب با ماهیت و هویت اصلی برند اسنپ از تبلیغات تازه و خلاقانه‌ای استفاده کنیم که پیش از این برند ایرانی دیگری سرآغش نرفته و تکراری نشده. این شد که تصمیم گرفتیم پیام اسنپ را که هم مسیر بودن با زندگی آدم‌هاست در یک بازی مهم که بیشترین تماشاگر ایرانی را دارد به گوش برسانیم.

این مدل تبلیغات چه سابقه‌ای در دنیا دارد و از

منظر تأثیرگذاری در نگاه مخاطبان به چه صورت است؟

از ویژگی‌های مهم و ویژه تبلیغات دیجیتال replacement technology این است که می‌توان تبلیغات کنار زمین را کاملاً هدفمند برای مناطق مختلف تغییر داد. مثلاً یک بازی در اسپانیا یک بازی در حال انجام است اما تماشاچی که از مکزیک بازی را دنبال می‌کند، تبلیغات دیگری را می‌بیند. تجربه‌اش هم به صورتی است که گویا واقع‌دور زمین اسپانیا تبلیغ یک شرکت مکزیکي به صورت واقعی انجام شده است. نکته مثبت این مدل تبلیغ این

است که هر برندی می‌تواند به مخاطبان فوتبال در کشور خودش تبلیغی که می‌خواهد را نشان بدهد. فکر می‌کنم ایرانی را دارد به چهار سال پیش این مدل



دویست و چهل و چهارمین ال‌کلاسیکو

رئال بعد از و تراگوئنو و سانتی اارگون که در سوپرکاپ سال ۱۹۹۰ موفق به گلزنی شده بودند، بازیکنانی هستند که در سال‌های گذشته از تیم رئال مادرید کاستیا به تیم اصلی خود در ورزشگاه سنسیاگو برنابئو به مصاف یکدیگر رفتند که در پایان این دیدار کهنشانی‌ها با گل‌های وینیسیوس جونیور و ماریانو دیاز موفق شد بارسا را با نتیجه دو بر صفر شکست دهد. این بازی دارای نکات جالبی بود که به بررسی آن‌ها خواهیم پرداخت:

۱- «یزالدین زیدان» موفق شد برای نخستین بار در تاریخ ال‌کلاسیکو در ورزشگاه خانگی رئال مادرید یعنی سنسیاگو برنابئو به پیروزی برسد.

۲- «وینیسیوس جونیور» با گلزنی در این بازی با ۱۹ سال و ۲۳۳ روز موفق شد رکورد «مسی» با ۱۹ سال و ۲۵۹ روز که در سال ۲۰۰۷ به عنوان جوان‌ترین گلزن تاریخ ال‌کلاسیکو معرفی شد بود را بشکند.

۳- «مارینو دیاز» بعد از ۵۲ ثانیه از ورودش به زمین گلزنی کرد و به سریع‌ترین گلزن تعویضی ال‌کلاسیکو تبدیل شد و رکورد «هیگواین» (۷۰ می ۲۰۰۸) که ۵۸ ثانیه بود را شکست.

۴- همچنین «مارینو دیاز» و «وینیسیوس جونیور» گلزنان

این مدل تبلیغات چه سابقه‌ای در دنیا دارد و از منظر تأثیرگذاری در نگاه مخاطبان به چه صورت است؟

از ویژگی‌های مهم و ویژه تبلیغات دیجیتال replacement technology این است که می‌توان تبلیغات کنار زمین را کاملاً هدفمند برای مناطق مختلف تغییر داد. مثلاً یک بازی در اسپانیا یک بازی در حال انجام است اما تماشاچی که از مکزیک بازی را دنبال می‌کند، تبلیغات دیگری را می‌بیند. تجربه‌اش هم به صورتی است که گویا واقع‌دور زمین اسپانیا تبلیغ یک شرکت لیگ برتر استقلال و پرسپولیس هم در زمین تبلیغ داریم. حالا هم که در ال‌کلاسیکو بودیم، بنابراین می‌توانیم مقایسه کنیم که کدام مدل در نگاه مخاطبان تأثیر بیشتری دارد.

با توجه به نارضایتی مسافرها از هزینه بالای سفر و اعتراض راننده‌ها به کاهش درآمدشان به دلیل سهمیه‌بندی بنزین و حواشی ایجاد شده، آیا بهتر نبود این هزینه را صرف کنترل

مهاجم پرحاشیه پرسپولیس در لندن دستگیر شد

میزان: مهاجم ایرلندی تیم فوتبال پرسپولیس در فرودگاه لندن توسط مأموران امنیتی دستگیر شده است. به ادعای نشریه سان انگلیس، «آنتونی استوکس» مهاجم ایرلندی تیم فوتبال پرسپولیس، به دلیل این‌که برپنده دارد در فرودگاه لندن دستگیر شده است. شاهدان عینی این ماجرا مدعی شدند استوکس توسط مأموران امنیتی شرکت هواپیمایی امارات دستگیر و مجبور به ترک هواپیما شده است. گفته می‌شود این بازیکن باید روز دوشنبه در دادگاه همپلتون حضور پیدا می‌کرده است. یکی از مسافران این پرواز در این خصوص گفت: صداهای بلندی در هواپیما شنیدم. به ما گفته شد از جای خود تکان نخوریم تا مأموران بتوانند شخصی را از هواپیما خارج کنند. آن‌ها از آنتونی استوکس خواستند که با چمدانش به جلوی هواپیما بیاید. او اسکورت شد و من هم وی را دیدم.

ورزش

Sport

NasleFarda.net

naslefardanews

naslfarda

یادداشت

پرسپولیس وار کستر بازنده‌ها

مسخره‌بازی بس نیست؟

همشهری آنلاین: یکی، دو بار اول شاید جذاب بود و سروصدا می‌کرد، اما حالا دیگر متهم کردن پرسپولیس به قهرمانی‌های مهندسی‌شده و جعلی، بیش از حد لوس و چندش‌آور شده است.

نه این‌که فقط پرسپولیس باشد؛ حتی اگر استقلال و سپاهان هم در همین وضعیت بودند و از سوی سایر رقبا مدام به موفقیت‌های شبه‌دار متهم می‌شدند، حوصله مردم سر می‌رفت. چه بسا بار اول که یک نفر گفت: «جام را برای پرسپولیس کنار گذاشته‌اند.» این اظهار نظر خیلی‌ها را به فکر فرو برد، اما الان دیگر تکرار مکرر این داستان به لج‌بازی‌های کودکانه شبیه شده است. احسان حاج‌صفی که مثلاً یکی از کاپیتان‌های تیم ملی است، بعد از شکست تراکتورسازی برابر پارس جنوبی جم صراحتاً می‌گوید: «یک جام به آن تیم خاص بدهند و یک جام هم برای بقیه تیم‌ها بگذارند.» چطور است برای کاهش تنش یک جام هم به سپاهان بدهند؛ همان تیمی که ششما قرار بود در ایران فقط برای آن بازی کنید؟!

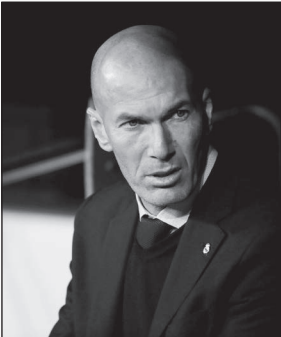
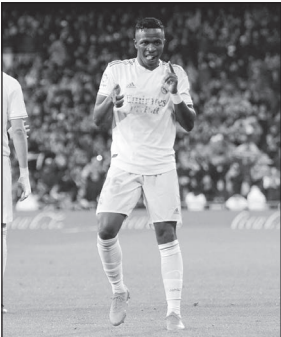
بار دیگر به پنهان‌گیری‌های کترامی و غیرموجه اخیر نگاه کنید؛ تراکتور مدعی است یک پنالتی در جم طلب‌کار شده و به همین علت می‌خواهند پرسپولیس را قهرمان کنند.

این پنالتی یک امتیازی –که حتی کارشناس انگلیسی برنامه مزدک هم تاییدش نکرد–، کجای فاصله ۱۰ امتیازی دو تیم را پوشش می‌دهد؟ مدیران شهرخودرو می‌پرند چرا و بازیکن این تیم به خاطر انتقال غیرقانونی دقیقاً قبل از بازی با پرسپولیس محروم شدند؟ این مثل آن است که منچستر سیتی بپرسد چرا محرومیت سنگین این تیم درست قبل از بازی با رئال‌مادرید اعلام شد؟ بالاخره احکام قانونی یک‌جا باید صادر شود؛ نه؟ مشکلی نداشتید اگر حکمتان قبل از بازی با سپاهان، استقلال یا تراکتور صادر می‌شد؟ اصلاً کی حکم بدهند خوب است؟ راستی یادتان است بازی رفت را تیم مشهدی چطور برد؟ با یک ضربه سر از جای خالی شجاع خلیل‌زاده که به خاطر یک عکس مشکوک محروم شده بود. حافظه گزینشی واقعاً چیز خوبی نیست. از همه جالب‌تر داستان سپاهان اصفهان است؛ تیمی که سناویرو بازی نکردنش جلوی پرسپولیس را حتی بازیکنان خودش هم تأیید نکردند. شایان صلح، همه رشته‌های باشگاه را پنبه می‌کند و امید نوافکن و پیام نیازمند هم بعد از اعلام حکم، به وضوح از رفتار غلط خودی‌ها گله می‌کنند. سپاهان به زمین نیامده و انتظار دارد بازنده هم نشود؛ این چه منطقی است حقیقتاً؟ می‌گویند بازی به این مهمی نباید بدون تماشاگر باشد.

مگر مسابقه پرسپولیس و شهرخودرو مهم نبود که بی‌تماشاگر شد؟ بله؛ آنچه اجرا شد یک قانون بد بود، اما بدترین قانون هم از بی‌قانونی و هرج‌ومرج بهتر است. راستی باشگاه اصفهانی که این همه برحق است، چرا بلافاصله بعد از «غیبت‌گیت» مدیرعاملش را کنار می‌گذارد؟ داستان چیست؟

نه این‌که در پرسپولیس همه چیز «اوکی» باشد. آنجا هم یک محمدحسن انصاری فرد داریم که مثل ششیر مری تیم اول جدول را دک می‌کند و مری ششم جدول را به هشت میلیارد تومان هزینه به جایش می‌نشانند تا هم در آستانه از دست‌دادن زودهنگام آسیا قرار بگیرد، هم یک پرونده شکایت نجومی سازد و هم باشگاه را بیهوده متهم به «انتقال سفارشی» کند. آنجا هم ایراد هست و حتماً به درستی باید نقد شود، اما این‌که مثلاً تیمی در زمین حاضر نمی‌شود و به رقیبش پنهان می‌زند بیش از حد فکاهی است. سپاهان راغب نیست بدون «استتلی‌کی‌روش» مقابل پرسپولیس قرار بگیرد و به همین سادگی و راحتی به خودش و سایر مدعیان جفا می‌کند؛ این وسط گناه تیم صدرنشین چیست؟ گناه پرسپولیس چیست که هر بار تراکتور اوج می‌گیرد، زنوزی با تحرکات هیجانی و غیرمنطقی‌اش این تیم را به حاشیه می‌برد؛ از داستان غائله بار سال‌برخورد با محسن فروزان تا ماجرای این مصاحبه عجیب راجع به اسم پرسپولیس؟

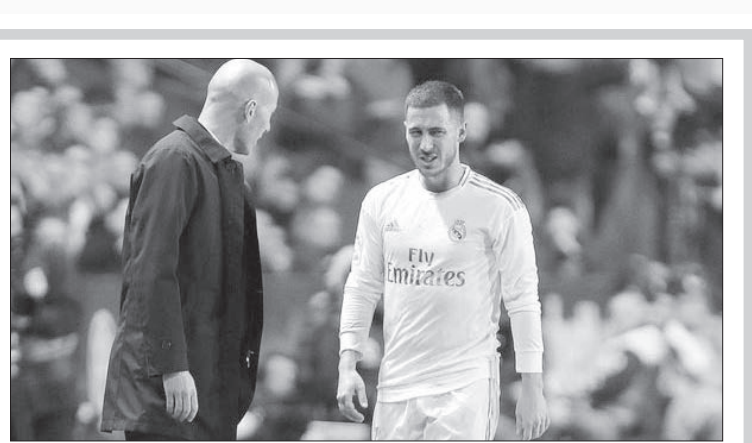
ارزش آن است که در زمین بجنگید؛ و گر نه پنهان‌جویی بیرون از میدان به کار نمی‌آید. حتی اگر همه هم‌نوا باشید و فرافکتی را هم‌بسرایي کنید، باز این چیزی بیشتر از «راکستر بازنده‌ها» نخواهد بود؛ همان قدر بی‌ارزش.



منظور بهبود درآمذاریسی به رانندگان خود اختصاص داده است و این منافاتی با دیگر سیاست‌های تبلیغاتی ندارد؛ در نهایت هر دو در مسیر جذب بیشتر مخاطب و حفظ محبوبیت برند است.

هزینه تبلیغ دیجیتال در یکی از مهم‌ترین بازی‌های دنیا در مقایسه با تبلیغات محیطی داخلی زیاد از حد نیست؟

واقعیت این است که رقم صرف شده برای این نمونه تبلیغات واقعاً آن‌طور که دیگران تصور می‌کنند نیست. حتی اگر بخواهیم به متر دقیق‌تری اندازه بگیریم، با توجه به این‌که اغلب ایرانی‌ها فوتبال‌دوست هستند و ال‌کلاسیکو هم یکی از بازی‌های پر مخاطب است، هزینه صرف شده در مقایسه با بازخورد مثبتی که دارد و همچنین میزان تأثیرگذاری در ذهن مخاطبان، منطقی به نظر می‌آید.



رسانه‌های اسپانیایی اعلام کردند هافبک بلژیکی رئال مادرید «ادن هازارد»، در خارج از مرزهای اسپانیا مورد عمل جراحی قرار می‌گیرد.