



## ملی‌گرایی در عرصه فوتبال

# با هم، کنار هم روبه‌روی هم

### اسپانیا

اسپانیا کشوری با تعدد اقوام و زبان‌هاست و چند فرهنگی بودن این کشور در فوتبال آن پیامدهایی آشکار داشته. از یک سو محلی‌گرایی و قوم‌گرایی در این کشور باشگاه‌های فوتبال را محمل مناسبی برای بازتولید خود یافته و از جانب دیگر ملی‌گرایی حکومت مرکزی تلاش کرده از بازی فوتبال برای تقویت وحدت ملی کشور استفاده کند. می‌گویند هر اسپانیایی اهل فوتبال، آدم اهل سیاست هم هست. می‌گویند می‌توان دوره‌های سیاسی اسپانیا را با فوتبال، رویکرد باشگاه‌ها، واکنش دولت و احساسات تماشاگران تبیین کرد. تاریخ معاصر اسپانیا آمیزه‌ای از دیکتاتوریسم و آزادی‌خواهی و البته ناآرامی در همه سال‌ها، چه جنگ و چه صلح بوده؛ تاریخ پر تب و تاب مردمانی که نمی‌خواستند یا نمی‌توانستند آرام بمانند. مردمانی که نمی‌توانستند ریشه‌های منطقه‌ای‌شان را به رخ نکنند. فوتبال برای اسپانیایی‌ها از اوایل قرن تا دوران جنگ داخلی، حکومت فرانکو و پس از آن محملی برای ابراز جدایی‌طلبی، احساسات ناسیونالیستی یا به رخ کشیدن قدرت دولت مرکزی شد. فوتبال اسپانیا هرگز نتوانست دل از سیاست بکند.

اولین پرسشی که در رویارویی با هر باشگاهی در اسپانیا جلب نظر می‌کند این است که باشگاه و طرفدارانش تا چه حد رویکرد بومی دارند؟ تا چه حد بر به رخ کشیدن هویت منطقه‌ای‌شان اصرار می‌ورزند؟ نمی‌توان به باشگاه‌های اسپانیا نگرینست و دغدغه هویت منطقه‌ای را نادیده گرفت. بلبائو و سوسیداد از منطقه باسک و بارسلونا و اسپانیول از منطقه کاتالونیا، از جمله باشگاه‌هایی هستند که هویت‌های محلی باسک و کاتالان را نمایندگی می‌کنند. شعار معروف باشگاه بارسلون «چیزی بیش از یک باشگاه» به خوبی معرف رویکرد فرهنگی و سیاسی آن است. از سوی دیگر رئال مادرید که تاج پادشاهی اسپانیا در آرم آن خودنمایی می‌کند و حتی نامش (رئال، به معنی سلطنتی) نیز تداعی‌کننده پادشاهی یکپارچه اسپانیاست و اسپانیول، رقیب همشهری بارسلونا که از سوی غیرکاتالان‌های آن شهر حمایت می‌شود، نمادی از ملی‌گرایی حاکم بر اسپانیاست. فرانکو قصد داشت فوتبال را به عنوان ابزاری برای فاشیسم در اختیار بگیرد، با وجود سرمایه‌گذاری و توجه بیش از پیش دولت مرکزی به فوتبال اما کارشناسان خبر از افت و ضعف محسوس فوتبال اسپانیا در این دوره می‌دهند. در طول دوره دیکتاتوری فرانکو، درگیری‌ها و تضادها اوج می‌گیرد و بازتاب آن در زمین فوتبال نیز به نمایش درمی‌آید.

بلبائو و سوسیداد تنها فرصتی بودند که مردم ایالت باسک می‌توانستند هویت خود را بدون آزار و اذیت آشکار دولت مرکزی بروز بدهند. بارسلونا در فوتبال اسپانیا یک پدیده متفاوت است، این درحالی است که تیم‌های منطقه باسک و مناطق دیگر



ترجمه: نوید صراف  
Navid Saraf

فوتبال این پدیده سکرآور و جذاب. پدیده‌ای که ورای همه جذابیت‌هایش، ابعاد گسترده‌ای دارد که ناشناخته مانده. نگرینستن به فوتبال از زاویه دیگر. یک مفهوم متفاوت. در قرن بیستم و یکم و عصر ظهور تکنولوژی‌هایی که فوتبال را از حالت سنتی خود خارج و جذابیت آن را چند برابر کرده است؛ روح فوتبال دستخوش فعالیت‌های غیرورزشی شده. با علم به این موضوع که فوتبال فراگیرترین ورزش در بین تمام مردم جهان با هر نوع عقیده و نگاه و خط فکری است. فوتبال امروزه تنها یک پدیده ورزشی نبوده و بلکه یک پدیده اجتماعی محسوب می‌شود.

در دوران معاصر، عرصه فوتبال همواره میدانی مناسب برای بیان انواع ملی‌گرایی و محلی‌گرایی بوده است. مفهوم «ناسیونالیستی ورزشی» به این مسأله می‌پردازد البته واژه‌های دیگری مثل «میهن‌پرستی ورزشی» نیز در برخی آثار به پیوند ورزش مدرن و ملیت اشاره می‌کنند.

سیاهه زیر می‌کوشد به معرفی این مفهوم و بررسی کاربرد آن در کشورهای مختلف جهان بپردازد.

### انگلیس

انگلیسی‌ها خود را مبدع بازی فوتبال می‌دانند و آن را «ورزش ملی» خویش به شمار می‌آورند. چنین رویکردی موجب شده تا به آنها لقب «مغرور» بدهند. وقتی فرانسوی‌ها برای همکاری بین‌المللی دست به تأسیس فیفا زدند، انگلیسی‌ها از پیوستن به آن امتناع کردند. اتحادیه‌های فوتبال بریتانیایی، شامل انگلیس، اسکاتلند، ولز و ایرلند چندین بار به عضویت فیفا درآمدند و سپس با حالت قهر آن را ترک کردند. تاریخ فوتبال بریتانیا نشان می‌دهد در این منطقه به طور تاریخی رقابت‌های محلی و باشگاهی نسبت به رقابت‌های بین‌المللی اهمیت بیشتری داشته، تا جایی که تیم ملی انگلیس تا ۱۹۵۰ در جام جهانی غایب بود و در اولین حضورش نتایجی گرفت که به هیچ عنوان شایسته ملتی که خود را صاحب فوتبال می‌پنداشت، نبود. پس از آن هم در مقایسه با تیم‌هایی مثل برزیل، آلمان، ایتالیا و آرژانتین، انگلیس هیچ‌گاه به کامیابی‌ها و موفقیت‌هایی درخور نام و سابقه این کشور در فوتبال دست نیافت. فوتبال انگلستان جز قهرمانی جهان در سال ۱۹۶۶ افتخار ملی دیگری حتی در سطح قاره اروپا ندارد.

## درباره یک پدیده نوظهور در فوتبال ایران

# فوتبال‌یست‌های بازنشسته یا سلبریتی‌های قلابی؟

تلگرام و اینستاگرام، بیش از اینکه تولیدکننده داشته باشیم، توزیع‌کننده داریم و طبعاً بخش عمده‌ای از محتوایی که در رسانه‌های فضای مجازی توزیع می‌شود، بازنشر تکه‌های کوتاه از برنامه‌های متعدد تلویزیون در حوزه ورزش است.

### هیچ‌کس از فوتبال نمی‌گذرد

صحبت کردن از فوتبال، فقط در انحصار برنامه‌های تخصصی ورزشی تلویزیون نیست. تقریباً هیچ‌کدام از برنامه‌های «روز پخش» مثل برنامه‌های صبحگاهی، برنامه‌های روتین نظیر خندوانه و دورهمی و یا حتی برنامه‌های مناسبی (نظیر ویژه برنامه‌های شب عید و شب یلدا) هم از خبر فوتبال نمی‌گذرند. جذابیت فوتبال در ایران به حدی

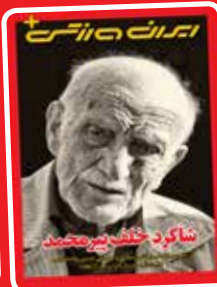
بستر شبکه‌های اجتماعی، «شهروند- خبرنگار»هایی متولد شده‌اند که می‌توانند مستقل از هر رسانه‌ای، فعالیت کرده و محتوای تازه‌ای تولید کنند.

بخواهیم و نخواهیم، امروز صفحه‌های شخصی و کانال‌های هواداری، با لحن و ادبیاتی متفاوت نسبت به ادبیات رایج در رسانه‌های رسمی، در فوتبال ایران تأثیرگذار شده‌اند. اینها رسانه‌های نوظهوری هستند که در همه دنیا (و در ایران بیشتر) با اقبال مخاطبان مواجه شده‌اند اما نکته اساسی آن است که حجم «تولید» محتوا در شبکه‌های اجتماعی هنوز بسیار ناچیز است و تقریباً همه رسانه‌هایی که در شبکه‌های اجتماعی فعالیت می‌کنند، برای آنکه مدام به‌روز شوند، ناچارند محتوایی را که در رسانه‌های رسمی تولید می‌شود «توزیع» کنند. یعنی در فضای امروز



علی مغانی  
Ali Moghani

سال‌ها بعد، احتمالاً کسی پیدا می‌شود و جامعه‌شناسی فوتبال ایران را به دو دسته، «قبل» و «بعد» از ظهور شبکه‌های اجتماعی و سرویس‌های پیام‌رسان موبایلی تقسیم می‌کند. فیس‌بوک، وایبر، تلگرام، توئیتر و اینستاگرام، هرکدام تأثیری عمیق بر فرهنگ فوتبال ایران گذاشته‌اند و از دل آنها، پدیده‌های تازه‌ای امکان بروز پیدا کرده است. در



## ایران‌خوارکی

ویژه‌نامه  
آخر هفته

### صاحب امتیاز:

خبرگزاری جمهوری اسلامی

مدیرعامل مؤسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران:

مهدی شفیعی

مدیر مسئول: علی عالی

دستیاران سردبیر:

آرمن ساروخانیان، رسول مجیدی

سرویس فوتبال ایران:

ابراهیم افشار، فرشاد کاس‌نژاد، ناصر

قراگزلو، وصال روحانی، حمیدرضا عرب،

سعید آقایی، جعفر برزگر، امیراسدی،

محمد قراگزلو، هومن جعفری، اکبر منتشلو،

سمیرا شیرمردی، بهناز میرمطهریان، مهدیه

دریابیگی، حسین قهار، سامان موحدی، سام

ستارزاده، نوید صراف، سالار علیخواه، مجتبی

صدوقی، پویا جاویدان، احسان محمدی، علی

مغانی

سرویس ورزش جهان:

اشکان نعمت‌پور، یاسر احمدی،

سیدعلی بلندنظر، حمید کشاورز

سرویس ورزش ایران:

آزاده پیراکوه، محسن وظیفه، رضا عباسپور،

محسن آجرلو، ناصر انصافی مقدم،

شکوفه موسوی، وحید جعفری

مدیر فنی: مجتبی رفیعی

مدیر هنری: محسن ذاکری

صفحه آرایی:

فرشید بهاری، حامد حسینی، علی عباسی

فضای مجازی:

سپهر خرمی، یاسین معصومی، سالار علیخواه

عکس: نعیم احمدی

طرح جلد: شهاب جعفرنژاد

ویراستاران: مسعود قراگزلو، علیرضا

عبدالوند، مهرداد افشار، فرشته معتمدی،

معصومه مهدوی روشن، لیلا امیری، سیده

زهرا آرامی

روابط عمومی: سمیه مهدی‌پور

سپاس ویژه از

بهمن فروتن، مجید جلالی، جلال چراغپور،

شهاب پاک‌نگر، رضا درویش

لیتوگرافی: مؤسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران

چاپ: ایرانیان

آدرس: تهران، خیابان خرمشهر، پلاک ۲۰۸

تلفن: ۱۴-۸۸۵۰۴۱۱۳ نمابر: ۸۴۷۱۱۱۷۳

امور مشترکین: ۹۲۲۲۴۳۸

سازمان آگهی: ۸۸۵۰۰۶۱۷