



هویت‌های محلی خود را با تأکید دائمی بر فاصله گرفتن از «دیگری» بازتولید می‌کردند. بیلباتو بدون هیچ اغماضی سیاست باسکی بودن بازیکنانش را دنبال می‌کرد تا جایی که همه بازیکنانش باید در ایالت باسک به دنیا آمده باشند. برخی بازیکنان این تیم بعداً به جنبش‌های جدایی‌طلبی می‌پیوستند. تیم دیگر باسک یعنی سوسیداد هم بر باسکی بودن بازیکنان تأکید داشت اما لازم نبود حتماً خود بازیکن در باسک متولد شده باشد. میان باسک اسپانیا و فرانسه هم تفاوتی قائل نبود. بارسلونا از ابتدای حیاتش خود را در تار و پود ناسیونالیسم کورکوران‌ه غوطه‌ور نساخت و از حضور بازیکنان خارجی استقبال کرد. یکی از ریشه‌ای‌ترین درگیری‌های بارسلونا و اسپانیول، برتافته از این رویکرد بود. سیاست اسپانیول مبتنی بر پرهیز از بازیکنان خارجی بود و به همین دلیل طرفداران بارسلونا همیشه اسپانیول را باشگاهی با تمایلات «ضدخارجی» خواندند. اولین واکنش باشگاه بارسلونا نسبت به اهمیت آزادی در استفاده از بازیکنان خارجی در ۱۹۰۲ بروز کرد که طی آن بارسلونا از حضور در رقابت‌هایی که بازیکنان غیراسپانیایی اجازه بازی نداشتند، خودداری کرد. این نکته که ۱۹ بازیکن از ۲۲ بازیکن بارسلونا در ۱۹۰۱ خارجی بودند، بازگوکننده سیاست درهای باز بارسلونا به شمار می‌رفت. با این وجود از همین تیم بارسلونا همیشه با لقب «ارتش کاتالان» یاد شده. در طول دوره دیکتاتوری فرانکو ورزشگاه بارسلونا تنها جایی به شمار می‌رفت که زبان و فرهنگ کاتالان فارغ از ممنوعیت‌ها و پیگردها زنده و پویا بود. این باشگاه در این سال‌ها «سوپاپ اطمینان» و «محل غرور و عزت‌نفس کاتالان‌ها» بود. در ایالت باسک نیز دو باشگاه بیلباتو و سوسیداد از چنین جایگاهی برای فرهنگ باسک برخوردار بودند.

پررنگ بودن رقابت‌های محلی در فوتبال اسپانیا موجب ضعف تیم ملی این کشور به شمار می‌رود. با دورتر شدن از خاطرات فاشیسم فرانکو، فوتبال ملی اسپانیا هم در سال‌های اخیر به قدرتی بلامنازع در اروپا و جهان تبدیل شده. دو بار قهرمانی پیاپی در بازی‌های جام ملت‌های اروپا و جام جهانی دو، سه کامیابی کم‌نظیر و پیاپی هستند که برای کمتر کشوری به دست آمده‌اند.

یکی از استراتژی‌های جالبی که در اسپانیا برای جلب هواداری مردم از تیم ملی این کشور اتخاذ شد و مورد استقبال قرار گرفت، انجام بازی‌های تیم ملی در خارج از پایتخت بود. چنین رویکردی باعث آشنایی، احساس تعلق و صمیمیت مردم مناطق مختلف کشور با تیم ملی خود می‌شود.

### اسکاتلند

از جمله مباحث قابل توجه دیگر در فوتبال بریتانیا، جنگ‌های مذهبی کاتولیک-پروتستان در اسکاتلند است که سایه آن کاملاً بر زمین فوتبال احساس می‌شود. آنجا که رنجرز و سلتيک هر کدام نماد تعلق به یک مذهب را نمایندگی می‌کنند و درگیری‌های هوادارانشان در ورزشگاه‌ها و خارج از آن بسیار مورد توجه پژوهشگران اجتماعی هم بوده. سایمون کوپر در سفر به ۲۲ کشور برای مطالعه

فوتبال و مشاهده میدانی در ورزشگاه‌ها، وضعیت رقابت گلاسکورنجرز و سلتيک را در شهرآورد گلاسکو چنین تعریف می‌کند: «شاید هواداران رنجرز و سلتيک تنها انسان‌هایی هستند که در دنیای واقعی زندگی می‌کنند. البته دنیای آنها کاملاً متفاوت با دنیای ماست و دنیای ما فقط وقتی برایشان اهمیت پیدا می‌کند که به رقابت آنها ربط پیدا می‌کند و هیچ چیز دیگر مهم نیست. حتی در هنگامه جنگ جهانی دوم هم بسیاری از دربی‌های اسکاتلند به آشوب کشیده شد. یکی از دربی‌ها در ۱۹۷۵ دو اقدام به قتل، دو حمله با ساطور، یک حمله با تبر، ۹ چاقوکشی و ۳۵ کتک‌کاری جمعی به همراه داشت. از سوی دیگر باشگاه‌ها هم الهام‌بخش عشق فراوانی به هواداران هستند. اخیراً باشگاه رنجرز اجازه نمی‌دهد خاکستر هواداران مرحومشان در ورزشگاه آیراکس (ورزشگاه اختصاصی رنجرز) پخش شود، چون به گفته جان گریگ، بازیکن و مربی سابق رنجرز، «آنقدر این کار تکرار شده که به زودی حتی در وسط تابستان هم زمین چمن‌مان کچلی می‌گیرد». در گلاسکو همه ماجراها به بازی سلتيک و رنجرز ربط پیدا می‌کند و به لطف همین رقابت، اسکاتلندی‌ها بعد از اهالی آلبانی رکورد بیشترین تماشاگر تلویزیونی فوتبال را دارند. به عبارت دیگر فقط آلبانیایی‌ها از اسکاتلندی‌ها بیکارترند. کوپر گفته‌های یکی از هواداران متعصب سلتيک را چنین مطرح می‌کند: «پرچم سلتيک را می‌پیچم دور شانه‌هایم، شال می‌اندازم و عکس پاپ را می‌گیرم دستم و داد می‌زنم «ملکه را…» و هزاران نفر مثل من هستند… من یک ملی‌گرای سرکوب شده‌ام و وقتی تو ی استادیوم پارک هد نگاه می‌کنی، می‌بینی چه کسانی سرکوب کرده‌اند». کوپر در ادامه گزارش می‌دهد که این هوادار می‌گفت از پیروزی یکروزه بر پروتستان‌ها ولو در زمین فوتبال سرمست می‌شود. کوپر ایرلندی خودش همچون یک هوادار سلتيک در مسابقات حاضر می‌شود. او در توصیف وضعیت ورزشگاه در دربی شوخی معروف اسکاتلندی‌ها را چنین نقل می‌کند: «وسط همه این اوضاع، یک بازی فوتبال هم جریان دارد»، کوپر یک بار در موقع خروج از استادیوم مسیر را اشتباه می‌کند و خود را در میان جمعی از هواداران رنجرز می‌بیند و گزارش می‌کند یک بوسه اسکاتلندی ضربه سر «یک اینچ با بینی‌ام فاصله داشت».

### ملی‌گرایی در جام جهانی فوتبال

مسابقات جام جهانی فوتبال به همان اندازه که وضعیت اجتماعی پس از جنگ جهانی دوم را در دنیا تغییر داد، مفاهیم و مناسبات موضوعاتی خارج از حوزه ورزش را نیز به چالش کشید. هر چهار سال یکبار، در آستانه و یا در جریان مسابقات جام جهانی این رویداد ورزشی در بسیاری از حوزه‌های به ظاهر نامرتبط با ورزش، همچون اقتصاد، سیاست، فرهنگ، هنر و حتی شاخه‌های علوم انسانی، مورد بررسی قرار می‌گیرد.

تشویق تیم ملی و اتحادی که میان مردم یک کشور برای حمایت از تیم ملی فوتبال وجود دارد، یکی از مظاهر آشکار ملی‌گرایی است. هواداران تیم‌های باشگاهی یک کشور که گاه درگیری‌های لفظی و گاه فیزیکی هم با یکدیگر پیدا

می‌کنند در تشویق تیم ملی کشور خود، هم‌صدا و هم‌رأی می‌شوند. حتی برای تشویق تیم ملی خود در کنار هم جمع می‌شوند و تماشای دسته‌جمعی بازی را ترجیح می‌دهند. ملی‌گرایی نوعی تعلق و آگاهی جمعی است که «آگاهی ملی» هم خوانده می‌شود.

آگاهی ملی معمولاً احساس وفاداری، شور و دل‌بستگی افراد به عناصر تشکیل‌دهنده ملت، نژاد، زبان، سنت‌ها و عادت‌ها، ارزش‌های اجتماعی، اخلاقی و به‌طور کلی فرهنگ است. پرچم و سرود ملی نیز از مظاهر ملی‌گرایی محسوب می‌شوند.

ملی‌گرایی اغلب با مفهوم نوین جهان‌میهنی و یا جهان‌وطنی در تقابل و تضاد قرار می‌گیرد. این باور جدید با رد وابستگی‌های قومی-ملی، جهان را میهن مشترک تمامی مردم معرفی می‌کند. در همین راستا برخی جام جهانی را که در ظاهر تنها یک مسابقه ورزشی است، تجسم مفهوم جهان‌وطنی می‌دانند که امکان زیست مشترک را به نمایش می‌گذارد. شکل‌گیری این مسابقات در نیمه دوم قرن بیستم، جشن بزرگ و همگانی را برای انسان غربی خسته از جنگ‌های جهانی ترتیب داد. انسان‌هایی که در قالب نیروهای نظامی و اشغالگر یک کشور با یکدیگر می‌جنگیدند و کشته می‌شدند، در این رویداد ورزشی در کنار هم بازی می‌کردند و خوش می‌گذراندند. جام جهانی ترس از «دیگری» را به شناخت «دیگری» تبدیل کرد. نقطه اوج این فهم اجتماعی آنجاست که گردهمایی بزرگی مثل جام جهانی فوتبال با زدودن احساس غریبیگی انسان‌ها با یکدیگر، آنها را در کنار هم شاد و سرگرم می‌کند. جام جهانی به دلیل تغییری که در وضعیت اجتماعی غرب به وجود آورد، مورد توجه جامعه‌شناسان قرار گرفت.

این رویداد همچنین با در کنار هم قرار دادن دو مفهوم متضاد ملی‌گرایی و جهان‌وطنی در کنار یکدیگر از منظر انسان‌شناسی نیز قابل بررسی است: در حالی که مردم هر کشور یک صدا تیم ملی خود را در مسابقات تشویق می‌کنند، ممکن است از تیم ملی کشور دیگری نیز طرفداری کنند. در کشور خودمان افراد زیادی طرفدار تیم‌های برزیل، آلمان و … هستند و این در حالی است که گاه چیز زیادی هم از آن کشور نمی‌دانند. به عنوان مثال، زبان، آداب و فرهنگ برزیلی را نمی‌شناسند. همانطور که مردم همه کشورهایی که از ورود به جام جهانی بازماندند، مسابقات را پیگیری می‌کنند تا جایی که با نصب پرچم دیگر کشورها بر سر در خانه‌هایشان اعلام می‌کنند که از تیم ملی کدام کشور در جام جهانی حمایت می‌کنند. همه ملت‌ها و تیم‌های ورزشی‌شان در این آیین جهانی شرکت می‌کنند تا با رقابتی دوستانه که هدف همه آیین‌های فرهنگی و ورزشی است، جهان را به صلح و آرامش دعوت کنند. اکنون ما مردم ایران یکی از شرکت‌کنندگان در جام جهانی هستیم با تاریخ چند هزار ساله‌ای که در مورد صلح و مدارا و تسامح ما در برابر فرهنگ‌ها، ملت‌ها و گروه‌ها با زبان‌ها، دین‌ها و نژادهای دیگر گواهی می‌دهد.

**با تشکر از دکتر حمیدرضا صدر عزیز که الهام‌بخش این مقاله بود.**

یک پدیده بومی و یک وضعیت ویژه روبه‌رو هستیم. با پدیده اینفلونسنس‌های پلاستیکی و سلبریتی‌های قلابی که فقط میلیون‌ها دنبال‌کننده دارند اما «تأثیر» خیر! در واقع رفتار مخاطبان آنها، چیزی شبیه حس خودآزاری است. دوست داریم به تماشای مجتونی بنشینیم که در عین جدی بودن، چرند بگوید، به شعورمان توهین کند و ما فقط به «جدیت مبتذل» او بخندیم. البته خنده نهایی را همان مجنون تحویل مخاطبان می‌دهد. آنجا که در لابه‌لای نمایش‌های کم‌ارزشش، سفارش‌های تبلیغاتی پست و استوری میلیونی در «دایرکت» دریافت می‌کند. در مقیاسی کوچکتر، فوتبال ایران هم از این آفت در امان نمانده. فوتبالیست فراموش‌شده‌ای که با حضور مداوم در برنامه‌های تلویزیونی احیا شده، حرف‌های بی‌اساس زده، کری‌های سخیف خوانده و به لطف شبکه‌های اجتماعی، لقب‌های تازه‌ای از هواداران گرفته، اساساً در ماهیت تفاوتی با همان جوانکی که ساندویچ می‌بلعد، ندارد. هر دو به شعور مخاطب توهین می‌کنند و پول درمی‌آورند. اینکه میلیون‌ها نفر تا کجا می‌خواهند دنبال‌کننده سلبریتی‌های قلابی باشند و چه زمانی تصمیم می‌گیرند کمی به شخصیت خود احترام بگذارند و مخاطب هر تولید مبتذلی نباشند، پرسشی بی‌پاسخ است. فقط باید بنشینیم و تماشا کنیم.

در دنیایی که جوانکی، ساندویچ را به چندش آورترین شکل ممکن می‌بلعد و درحالی‌که نیمی از صورتش به سس سفید و قرمز آغشته شده، برای یک فست‌فود تبلیغ می‌کند و پول درمی‌آورد، چرا فوتبالیست بازنشسته‌ای که احساس می‌کند «حقش را از این فوتبال نگرفته»، از همین تکنیک پیروی نکند؟

این یک سود دوجانبه است؛ کری خواندن و بی‌ربط گفتن، محبوبیت به همراه دارد. رسانه‌های هواداری، به سرعت برق و باد، بریده‌ای از حرف‌های «آقای کارشناس» در برنامه تلویزیونی را «توزیع» می‌کنند و فوتبالیست بازنشسته در چند ساعت به عنوان مظهر غیرت و تعصب معرفی می‌شود و صد البته طولی نمی‌کشد که همین محبوبیت و افزایش تعداد دنبال‌کننده در صفحه‌های شخصی تبدیل به «ریال» می‌شود. از همین جاست که سقوط آغاز می‌شود: «برای دنبال‌کننده (فالوئر) بیشتر، باید کری‌های مبتذل‌تری بخوانی».

### ابتدال در مفهوم اثرگذاری

در ابعاد جهانی، «اینفلونسنسر» ها و «سلبریتی»‌ها چهره‌های سرشناسی هستند که در صنعت تبلیغات می‌توانند روی فروش یک محصول تأثیر بگذارند اما ما با

فوتبالیست‌های بازنشسته‌ای که راهی برنامه‌های تلویزیونی می‌شوند، به کلی متفاوت است. همان‌هایی که تا چند سال پیش، با ظاهری اتوکشیده و مرتب در استودیو می‌نشستند و فقط از مسائل فنی فوتبال حرف می‌زدند اما از زمان ظهور شبکه‌های اجتماعی، متوجه شده‌اند که صحبت کردن از ۲-۴ و انتقال از دفاع به حمله، برای گروه بزرگی از هواداران جذاب نیست. خواسته با ناخواسته، این پیام به آنها منتقل شده که هرچقدر دوز کری خوانی و متلک انداختن و کنایه زدن به این و آن، پررنگ‌تر باشد، ویدئوی آنها در فضای مجازی بیشتر بازنشر می‌شود. در واقع، در فضای فعلی فوتبال ایران، نشان دادن عدد ۴ و ۶، توهین کردن به رقیب، کری خوانی‌های سخیف و گاهی لودگی، به مراتب شانس بیشتری برای «وایرال» شدن دارد و ما امروز با پدیده جدیدی روبه‌رو هستیم؛ فوتبالیست‌های بازنشسته‌ای که سودای اینفلونسنسر شدن در اینستاگرام دارند.

### سود دو جانبه؛ صفحه درآمزا

در فوتبالی که میانگین سنی هوادارانش زیر ۳۰ سال است و حتی ادمین‌های کانال‌های هواداری، گاهی به شکل مضحکی از شناختن فوتبالیست‌های بازنشسته عاجز هستند،

است که رامبد جوان و مه‌ران مدیری به عنوان تهیه‌کننده/مجری دو برنامه پرطرفدار تلویزیون، با اینکه به صراحت اعتراف می‌کنند «هیچ چیزی از فوتبال نمی‌دانند» و حتی ابتدایی‌ترین اخبار این رشته را دنبال نمی‌کنند، بازهم گاه و بیگاه میهمان فوتبالیست به برنامه خودشان دعوت می‌کنند.

تا چند سال پیش، در محدود برنامه‌های ورزشی، حضور یک چهره فوتبالی در قاب تلویزیون با دلیل مشخص و روشنی همراه بود. فوتبالیستی که گل کاشته بود، مربی‌ای که موفقیتی به دست آورده بود و با پیشکسوتی که حرف‌های شنیدنی برای گفتن داشت اما امروز وفور برنامه‌های تلویزیونی، عملاً درهای جام جم را روی جماعت فوتبالیست باز کرده و روزی نیست که چند نفر از پا به توپ‌های امروز و دیروز، میهمان برنامه‌های تلویزیونی نباشند.

### بی‌ربط بگو و محبوب شو

آنهایی که هنوز عمر فوتبالتشان تمام نشده، معمولاً مقابل دوربین مراقب منافع تیم و خودشان هستند. به جز مواردی نادر، هنوز هم چیزی نمی‌گویند که مثل بمب در فضای خبری سر و صدا کند اما حکایت اغلب