



فوتبال فرهنگی و فرهنگ فوتبالی

کدام فوتبال؟ کدام فرهنگ؟



دکتر رضا شجیع

استاد دانشگاه

فرهنگ است. فرهنگ، به تعبیر گسترده آن، نظام مشترکی از باورها، ارزش‌ها، رسم‌ها، رفتارها و مصنوعات است که اعضای یک جامعه در تطبیق با جهان خود و در رابطه با یکدیگر، به کار می‌برند. از این رو، هنگامی که شما واژه فرهنگ‌سازی را به کار می‌برید، بدین معناست که قرار است رسمی چندین ساله را منحل کنید و ارزش و رفتار جدیدی را در اعضای یک جامعه یا گروه خاص، پایه‌ریزی نمایید. این امر شدنی است اما نه در کوتاه مدت؛ بلکه در طول سال‌ها، بر اثر همگرایی تمامی نهادهای تأثیرگذار اجتماعی نظیر خانواده، مدرسه و رسانه، می‌توان چنین رویکردی را در یک نسل مشخص دنبال کرد. تازه این در شرایطی است که خود این نهادها بر اهمیت و ضرورت این جایگزینی فرهنگی واقف باشند و رسانه‌ها نیز از سود و درآمد بیشتر خویش صرف‌نظر کنند. به فرض قبول این امر، باز هم فرهنگی ساخته نمی‌شود، بلکه به تدریج در شکلی متمایز بازتولید می‌شود. به هر ترتیب، در نگاه نتیجه‌گرایانه، هنگامی که از جامعه با فرهنگ صحبت می‌کنیم، ممکن است منظور این باشد که رفتارهای آن جامعه، در راستای کسب مطلوبیت جمعی باشد. وضعیتی را تصور

کنید که همه به تماشای یک مسابقه فوتبال می‌روند و هدف کسب نشاط و شادابی است. به هیچ‌کس توهین نمی‌شود، هیچ وسیله‌ای تخریب نمی‌شود، همه در جایی که از قبل برای شان پیش‌بینی شده در چند متری زمین مسابقه می‌نشینند و هیچ‌کس به دنبال تضييع حقوق دیگران نیست. بازیکنان بنا به تعهد خویش با تمام وجود تلاش می‌کنند، همگان به داور احترام می‌گذارند و حقانیت او را محترم می‌دارند و در نهایت، برنده و بازنده، با پذیرفتن نتیجه، با احترام کامل ورزشگاه را ترک می‌کنند. تصور چنین وضعیتی، اگرچه زیباست، ولی غیرواقعی به نظر می‌رسد. آنچه این روزها در فوتبال غرب از آن به عنوان فرهنگ یاد می‌شود، بر مبنای فرهنگ‌سازی در مفهوم عام به دست نیامده است، بلکه تغییر رفتارهای مشخصی است که بر مبنای سیاست‌هایی کلان، بلندمدت و در راستای تحریک منطق «هزینه - فایده» در هواداران، تماشاگران و بازیکنان، ایجاد شده است. به عنوان مثال، ممکن است تواتر استفاده از کمربند ایمنی در طول سال‌ها تلاش تبلیغاتی و رسانه‌ای در افراد افزایش یافته باشد، ولی این تغییر به معنی ارتقای فرهنگ رانندگی در شهروندان نیست، بلکه افراد، بالاخره قبول

کرده‌اند که فایده استفاده از کمربند ایمنی، از بی‌توجهی به آن بیشتر است. در فرهنگ فوتبال نیز چنین است؛ به جای تکیه بر واژه عمومی فرهنگ و استعمال بی‌نتیجه آن در شعار، ضروری است رفتارهای نابه‌هنجار را شناسایی و با ارائه خدمات بهتر، رفتار بهنجار را جایگزین آنها کرد. وقتی بازیکن و هوادار متوجه شود رفتار صحیح، عایدی، توجه و مطلوبیت بیشتری برایش به همراه خواهد داشت، مطمئناً رفتار صحیح را انتخاب خواهد کرد. در مثالی دیگر، رفتار ناهنجار یک هوادار آشوبگر، منجر به محرومیت بلندمدت تنها همین فرد از حضور در ورزشگاه می‌شود و همگان متوجه می‌شوند که داشتن چنین رفتاری، به از دست دادن تماشای بازی‌ها می‌انجامد. مگر اینکه فکر کنیم از دست دادن بازی‌ها ارزشی ندارد و یا برنامه‌ای برای شناسایی مشخص آشوبگران و منع ورود بلندمدت آنها به ورزشگاه وجود ندارد؛ اگر چنین است پس دلیلی برای خشمگین شدن از وضعیت فعلی فرهنگ در فوتبال ایران هم وجود ندارد.

به طور کلی، فوتبالی فرهنگ‌مدار است که به ارزش‌ها، هنجارها و رسوم جامعه احترام بگذارد و در تضاد با آنها نباشد. یک تناقض

آشکار در این جمله نهفته است. منظور از جامعه کدام جامعه است؟ جامعه ایرانی؟ جامعه جهانی و یا جامعه مذهبی؟ این سؤال آشکارا عمق مسأله فرهنگ در جامعه ایرانی را نشان می‌دهد. زیرا در جامعه‌ای که هر سه گونه فرهنگ، یعنی فرهنگ دینی، جهانی و ملی، با یکدیگر منطبق هستند، رفتار فرد، هر چه باشد، مورد تأیید هر سه گزینه است اما در جامعه‌ای مثل ایران که خود پیرو دین غنی اسلام است و از تمدنی کهن برخوردار است، حل مسائل فرهنگی در تقابل با جامعه جهانی و ویژگی‌های دوران تجدد، آنچنان که تصور می‌شود، ساده نیست.

درک فرهنگ و علل رفتارهای نابه‌هنجار در فوتبال، به آن سادگی که در زبان محاوره به کار می‌رود، نیست؛ بلکه کلاف پیچیده‌ای است که در واقعیت، با تمامی گذشته، حال و آینده انسان و جامعه، گره خورده است. در اینجا قصد نداریم راهکاری عملیاتی در این زمینه ارائه دهیم زیرا ارائه راهکار در خلأ، پیچیدگی این کلاف را فزون‌تر خواهد کرد. مهم‌ترین توصیه این است که برای لحظه‌ای در خلوت خویش به این سؤال بیندیشیم: «آیا بیش از آنکه فوتبال‌مان فرهنگی شود، فرهنگ‌مان را فوتبالی کرده‌ایم؟»

واژه فرهنگ، حداقل در ظاهر، برای هیچ فوتبالی‌دوستی در ایران غریبه نیست، چراکه پسوند عنوان باشگاه‌های فوتبال کشور، با کلمات «فرهنگی ورزشی» پیوند خورده و به نوعی پیام «اول فرهنگ بعد فوتبال» را به خواننده منتقل می‌کند. با مروری بر رسانه‌های ورزشی کشور و جست‌وجوی واژه فرهنگ در این رسانه‌ها، اولین چیزی که توجه ما را به خود جلب می‌کند، سیل انتقادات به وضعیت فرهنگی فوتبال در ایران است. سطحی‌نگری، واکنش‌های جزیره‌ای و نگاه تک بعدی به موضوع فرهنگ، از جمله رویکردهایی است که همواره وجود داشته و به رغم هزینه‌های فراوان از سوی دولت و مردم، با کمترین اثربخشی مبنی بر ارتقای فرهنگی محیط‌های فوتبال، همراه بوده است.

اعتقاد به ساخت فرهنگی جدید و استعمال بی‌رویه واژه «فرهنگ‌سازی»، خود نشأت گرفته از شناخت ناکافی نسبت به مقوله