

جام جهانی، کام جهانی، دام جهانی



این مقاله برای نخستین بار در رابطه با جام جهانی ۲۰۰۶ در آلمان نگاشته شده. نسخه به روز شده حاضر با تغییرات جزئی خدمت خوانندگان گرامی تقدیم می شود.

فوتبالی را که در کودکی می شناختیم با فوتبال کنونی زمین تا آسمان فرق می کند. فوتبال کودکی ام ساده و با هزاران هزار خاطره پاک بود. فوتبالیست‌ها از جان مایه می گذاشتند، با دل بازی می کردند. زمین سبز کعبه آنان بود و توپ و دروازه شرف و دینشان.

جام جهانی، جام ملت‌های اروپا، جام فوتبال، جام شرافت، جام مردانگی، جام بهترین‌ها و لایق‌ترین‌ها، جام پله‌ها، مارادوناها، شوماخرها، پلاتینی‌ها، تاردلی‌ها، بکن باوئر‌ها، لینیگرها، دینو زوف‌ها. جام ملت‌ها، جام اتحاد، جام دوستی، جام انسانی، جام الگوهای ورزشی، پیرها و جوان‌ها، جام آرزوها، جامی که در آن ملت‌ها با شادی و غوغای واقعی و حقیقی از تیم‌های محبوبشان در دنیا حمایت می کردند، جام دوران کودکی.

ولی امروز دیگر برای من از آن عشق خالصانه دوران کودکی خبری نیست...

بازیکنان و مربیان چنان تحت فشار مطبوعات و رسانه‌های خبری و اطلاعاتی و تکنیکی قرار دارند که بازی فوتبال برای آنان برابر است با بازی مرگ و زندگی، شادی و غم، بازی از دست دادن آبرو و یا گرفتن نشان لیاقت، بازی عشق و نفرت، بازی دوست و دشمن، بازی تمديد قراردادهاى تبلیغاتی یا قطع آن، بازی محبوبیت و منفوریت، بازی برد و باخت پول‌های کلان.

شرط بندی‌های ورزشی چنان وسعت پیدا کرده و پیچیده شده که فوتبال به عنوان ورزش در رده دوم دسته بندی علائق قرار گرفته است. پول‌های هنگفت شرط بندی‌ها چنان مسحور کننده هستند که هیچ داور و بازیکنی از سوسه‌های آن رهانیت.

امروزه شرط بندی‌ها کل بازی را در بر می گیرند. زمین فوتبال به سان چمنزاری می ماند که در آن گاو و گوسفند می چرند و دیگران می توانند از گوشت، پشم، پهن، استخوان، سم، پاچه، پوست، چشم، زبان، مغز و خلاصه هر آن چه که گاو را گاو و گوسفند را گوسفند می کند بهره برند... چند شوت به سوی دروازه تیم حریف زده می شود؟ چند گوشه؟ چند اوت؟ چند تاسر؟ چند کارت زرد؟ چند کارت قرمز؟ داور چند بار سوت می زند؟ کدام بازیکن بیشترین گل را می زند؟ کدام یکی بیشترین خطا را مرتکب می شود؟ چندبار آفساید می شود؟ آیا بازی به پنالتی کشیده می شود؟ آیا در وقت اضافه گلی به ثمر می رسد؟ آیا شماره ۱۰ این بار نیز بازی خواهد کرد؟ چند پنالتی را دروازه بان می گیرد؟

جنگ جویان حرفه‌ای، شمشیر زنان و گلاباتورهاى زمانه‌ی ما که به بدن‌هایشان مارک‌های مختلف چسبانده می شود و ریش‌ها و موهاشان با مدل‌های مختلف زده می شود تا در زمان پیکار در میدانگاه موجبات تفریح تماشاگر مدرن امروزی را بیشتر فراهم آورند. چمنزاری که به مانند آرایشگاهی شده که دوربین‌های مختلف فیلم برداری با تکنیک‌های کاملاً جدید و معجزه آسا حتی روزنه‌های پوست این بازیکنان را چنان با نمای درشتی نشان می دهند که انگار این بازیکن درون خانه‌ها نشسته و در همان حال شاهد مدل‌های موی سر، ریش، سبیل که با رنگ‌ها و اندازه‌های مختلف و مزین به مارک‌های معروف ورزشی می باشند، هستیم.

دیگر برای دوربین‌های تلویزیون و رسانه‌ها، بازی اولویت خاصی ندارد بلکه تیپ بازیکنان، راه و رسم زندگی‌شان، ضعف‌ها و خطاهایشان، بچه‌هایشان، همسرانشان، طرز لباس پوشیدن‌هایشان، افتضاح بازی‌هایشان، میزان حقوقشان و حتی مرگشان و همراه با آنها اثرات آنان روی تماشاچی و بیننده تلویزیون در سراسر گیتی و ایجاد حس قهرمانی که بعدها با تبلیغات جانبی عجین شده و انسان‌ها را

برای خرید تولیدات مصرفی ورزشی یا آشامیدنی و غیره به حرکت وامی دارند. ادا و اطوارها، روی زمین افتادن‌ها، خنده‌ها، عصبانیت‌ها، اخم‌ها و شادی‌ها، فحش‌ها، هیجان‌ها، غم‌ها، اشک‌ها، ترس‌ها، دردها و گپ زدن‌ها دیگر آن حس و حال قدیم را ندارند و مصنوعی به نظر می رسند. چرا که دوربین‌های فیلمبرداری لحظه به لحظه و پا به پای بازیکنان در حرکتند و در حال دویدن، با این تفاوت که مانند آن‌ها خسته نمی شوند. بازیکنان و داورها و حتی تماشاچیان درون استادیوم نیز بدین امر واقفند. بنابراین مجبورند که علاوه بر بازی روی زمین، نمایشی نیز برای بینندگان بی شمار که در آن واحد در کل دهکده جهانی و به صورت زنده بازیکنان را می بینند، اجرا کنند تا بیننده امروزی از تماشای صرفاً بازی فوتبال خسته نشود! در همین لحظه چندین عکس با موبایل‌ها و دوربین‌های دیجیتالی گرفته و به کل جهان فرستاده می شود و چندین هزار نفر از طریق موبایل به شبکه اینترنتی متصلند و با یکدیگر گپ می زنند و خود را نشان می دهند. چند میلیون نفر در یک آن تلویزیون خود را روشن کرده‌اند و در آن واحد مجبور به دیدن تبلیغات «فیفا» می باشند که منحصر به ۲ یا چند عنوان تولیدی مطرح دنیای اقتصادی هستند: مانند شرکت VISA CARD، برندهای ورزشی مانند آدیداس، ماشینهای مختلف مانند هیوندا، آب جوی بادبزر و در صدر آنها مکدونالد و کوکاکولا! این چه هزینه‌ای است که در عرض ۹۰ دقیقه و اندی در کل دنیا به جیب این شرکت‌ها و رسانه‌های تبلیغاتی روانه می شود؟ جام جهانی یا «کام» جهانی؟

آری جام جهانی کنونی با جام جهانی‌های قدیم فرق دارد.

جام جهانی که در آن بازیکنان تیم‌ها مانند گلاباتورها یا برده‌ها منتظرند تا فدراسیون‌های فوتبال کشورهای صاحب نام آنان را با قیمت کلان بخرند و یا جزو بازیکنان بازی‌های کامپیوتری شوند. بنابراین در کل بازی باید نگران باشند و بلرزند.

جام جهانی که در آن ورزش وسیله‌ای است برای مقاصد اقتصادی یا گاه سیاسی. تا بدان جا که آلمان در سال ۲۰۰۶ جایگاه خویش را از این طریق (البته با دادن رشوه به فیفا که باعث شد تا بازی‌ها در آلمان برگزار شود) در دنیا دوباره باز یافت و به میمنت این جشن بزرگ جهانی، جشن کوچک احیاء غرور ملی گرفته شد. سایه تاریک جنگ جهانی را که پس از گذشت قریب ۷۰ سال هنوز بر این جامعه سنگینی می کند کنار زد و باعث شد تا دنیا از نو به آنها بنگرد. این بار بدون نگاه ناسیونالیستی پرچم‌های خود را با افتخار بیرون آوردند بی آنکه ترس یا خجالتی از نشان دادنش بروز دهند. در تیترو روزنامه‌هایش می خوانیم: «دیگر این سه رنگ -سیاه، سرخ، طلایی- باعث شرمساری نیست.» مثلاً نگاه کنید به

(HTML: ۰,۱۵۱۸,۴۲۰۹۷۷,۰۰/HTTP://WWW.SPIEGEL.DE/POLITIK/DEBATTE)

و یا امسال که به علت برخی از مسائل سیاسی در قبال جنگ سوریه حرف از بایکوت روسیه بر سر زبان‌ها است یا مشکل یورو در اروپا یا افتضاحات فیفا و غیره... در آخر جام جهانی که در آن رسانه‌ها دائماً صحبت از رکوردهای بزرگ در تاریخ جام جهانی می کنند، صحبت از جوایز اختصاصی اعم از ماشین، مسافرت و موبایل و... است. در صورت صحیح بودن جواب سوالات مسخره‌ای که از بینندگان تلویزیونی می شود، که جواب دادن به آن‌ها نیز از طریق تلفن، موبایل یا اینترنت است! یعنی ای بیننده گرامی تلویزیونت را روشن بگذار و شماره بگیر و آخر کلام خرج کن تا در عوض جایزه‌ای به تو تعلق گیرد!!

تنها موردی که مرا خوشحال می کند مراسم جدید فوتبال دیدن‌های گروهی و دست جمعی با سن و سال‌های مختلف در خیابانها و رستورانهاست و نیز در مناطقی که به تازگی بدین خاطر مانند استادیوم کوچکی ساخته شده‌اند تا هزاران طرفدار فوتبال در آنجا در کنار یکدیگر حس بودن در ورزشگاه را تجربه کنند (FANMEILE)، بازی‌ها را در تلویزیون‌های عظیم (GROSSBILDLEINWAND) ببینند و فریاد بزنند و تیم‌های محبوب خود را تشویق کنند. در کنار آن خوش باشند، دوست‌های جدید پیدا کنند، بازی‌ها را در فضای آزاد دنبال کنند، احساسات خود را راحت تر بیان کنند، کوکاکولا و آبجو بنوشند، کلاه و دستک و بوق و دنیک بخرند و صورشان را با رنگ پرچم کشورها بپارایند و خلاصه شهر را برای چند هفته رنگی و شلوغ و زنده کنند. البته در آنجا نیز حضور غولهای اقتصادی و مصرفی را نیز با تمام وجود حس می کنیم، منتها مصرف هزار نفری حالش بسیار بیشتر است تا در خانه جلوی تلویزیون. پایان سخن اینکه «جام جهانی» که «کام جهانی» برای تعداد معدودی از شرکت‌های غول پیکر اقتصادی و سرمایه داری دنیاست و رسانه‌ها که بلندگوی آنان می باشند با تکنیک‌های پیشرفته و با سرمایه گذاری‌های کلان باعث زیباتر شدن هر چه بیشتر بازی‌ها و در همان حال مصنوعی تر شدن و بی روح تر شدن جام جهانی می شود. تبدلات اقتصادی و سیاسی پشت پرده فوتبال نیز آن را بیشتر به صورت «دام جهانی» در آورده که دیگر شور و حال دوران کودکی را ندارد.

در کودکی قلبم برای هر شوت می تپید. امروز دیدم که قلب بازیکن برای بازی نمی تپد و چون بازی بند ناف بازیکن و تماشاچی فوتبال است، دیگر قلب من نیز نمی تپد، شاید هم اثرات پیری است.

امروزه شرط بندی‌ها کل بازی را در بر می گیرند. زمین فوتبال به سان چمنزاری می ماند که در آن گاو و گوسفند می چرند و دیگران می توانند از گوشت، پشم، پهن، استخوان، سم، پاچه، پوست، چشم، زبان، مغز و خلاصه هر آن چه که گاو را گاو و گوسفند را گوسفند می کند بهره برند... چند شوت به سوی دروازه تیم حریف زده می شود؟ چند گوشه؟ چند اوت؟ چند تاسر؟ چند کارت زرد؟ چند کارت قرمز؟ داور چند بار سوت می زند؟ کدام بازیکن بیشترین گل را می زند؟ کدام یکی بیشترین خطا را مرتکب می شود؟ چندبار آفساید می شود؟ آیا بازی به پنالتی کشیده می شود؟ آیا در وقت اضافه گلی به ثمر می رسد؟ آیا شماره ۱۰ این بار نیز بازی خواهد کرد؟ چند پنالتی را دروازه بان می گیرد؟