

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. فوتبالیست ها 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 ملت های اروپا، جام فوتبال، جام شرافت، جام مردانگی، جام بهترین ها و لایق ترین ها، جام پله ها، مارادوناها، شوماخرها، پلاتینی ها، تاردلی ها، بکن باوئر ها، لینیگرها، دینو زوف ها. جام ملت ها، جام اتحاد، جام دوستی، جام انسانی، جام الگوهای ورزشی، پیرها و جوان ها، جام آرزوها، جامی که در آن ملت ها با شادی و غوغای واقعی و حقیقی از تیم های 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 رسانه های 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 قرارداد های تبلیغاتی یا قطع آن، بازی محبوبیت و منفوریت، بازی برد و باخت پول های کلان.

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

امروزه شرط بندی ها 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؟ چند بار 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 حرفه ای، شمشیر زنان و گلادیاتورهای زمانه ی ما که به بدن هایشان مارک های مختلف چسبانده می شود و ریش ها و مو هایشان با مدل های 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 دوربین های مختلف فیلم برداری با تکنیک های کاملاً جدید و معجزه آسا حتی روزه های پوست این بازیکنان را چنان با نمای درشتی نشان می دهند که انگار این بازیکن درون خانهات نشسته و در همان حال شاهد مدل های موی سر، ریش، سبیل که با رنگ ها و اندازه های مختلف و مزین به مارک های معروف ورزشی می باشند، هستیم.

دیگر برای دوربین های تلویزیون و رسانه ها، بازی اولویت خاصی ندارد بلکه تیپ بازیکنان، راه و رسم زندگی شان، ضعف ها و خطاهایشان، بچه هایشان، همسرانشان، طرز لباس پوشیدن هایشان، افتضاح بازی هایشان، 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 انسان ها را

برای خرید تولیدات مصرفی ورزشی یا آشامیدنی و غیره به حرکت وامی دارند. ادا و اطوارها، روی زمین افتادن ها، خنده ها، عصبانیت ها، اخم ها و شادی ها، فحش ها، هیجان ها، غم ها، اشک ها، ترس ها، دردها و گپ زدن ها دیگر آن حس و حال قدیم را ندارند و مصنوعی به نظر می رسند. چرا که دوربین های فیلم برداری لحظه به لحظه و پا به پای بازیکنان در حرکتند و در حال دویدن، با این تفاوت که مانند آن ها 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 موبایل ها و دوربین های 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 کرده اند 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 هزینه ای است که در عرض ۹۰ دقیقه و اندی در کل دنیا به جیب این شرکت ها و رسانه های تبلیغاتی روانه می شود؟ جام جهانی یا «کام» جهانی؟

آری جام جهانی کنونی با جام جهانی های قدیم فرق دارد.

جام جهانی که در آن بازیکنان تیم ها مانند گلادیاتورها یا برده ها منتظرند تا فدراسیون های فوتبال کشورهای صاحب نام آنان را با قیمت کلان بخرند و یا جزو بازیکنان بازی های کامپیوتری شوند. بنابراین در کل بازی باید نگران باشند و بلرزند.

جام جهانی که در آن ورزش وسیله ای 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 بازی ها 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 پرچم های خود را با افتخار بیرون آوردند بی آنکه ترس یا خجالتی از نشان دادنش بروز دهند. در تیترو روزنامه هایش 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 زبان ها است یا مشکل یورو در اروپا یا افتضاحات فیفا و غیره... در آخر جام جهانی که در آن رسانه ها 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 مسخره ای که از بینندگان تلویزیونی می شود، که جواب دادن به آن ها 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 جایزه ای به تو تعلق گیرد!!

تنها موردی که مرا خوشحال می کند مراسم جدید فوتبال دیدن های گروهی و دست جمعی با سن و سال های مختلف در خیابانها و رستورانهاست و نیز در مناطقی که به تازگی بدین خاطر مانند استادیوم کوچکی ساخته شده اند تا هزاران طرفدار فوتبال در آنجا در کنار یکدیگر حس بودن در ورزشگاه را تجربه کنند (FANMEILE)، بازی ها را در تلویزیون های عظیم (GROSSBILDLEINWAND) ببینند و فریاد بزنند و تیم های محبوب خود را تشویق کنند. در کنار آن خوش باشند، دوست های جدید پیدا کنند، بازی ها 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 شرکت های غول پیکر اقتصادی و سرمایه داری دنیاست و رسانه ها که بلندگوی آنان می باشند با تکنیک های پیشرفته و با سرمایه گذاری های کلان باعث زیباتر شدن هر چه بیشتر بازی ها 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 بندی ها 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؟ چند بار 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؟