

دوبار نمی‌توان فوتبال بازی کرد

ارتجاعی تلقی کنیم و مدعی شویم وقتی مردم از کارهایی مانند سیاست‌ورزی و مشارکت اقتصادی عمومی و یا تعبیر خسته‌کننده انسان‌دوستی و مهرورزی بازداشته شوند به مصرف کالای فوتبالی روی می‌آورند. در مخالفت این تعبیر برخی فوتبال را به مثابه مصرف کالایی می‌دانند که نقش مثبتی در ایجاد فرهنگ و معنا ایفا می‌کند. البته مصرف فوتبال ماهیتی سیاسی دارد تا فرهنگی اگرچه در گستره مطالعات فرهنگی مورد بررسی قرار می‌گیرد. به عبارتی دیگر دست اندرکاران کالای سیاسی در مطالعات فرهنگی واقف هستند که صنایع فرهنگ‌سازی سرمایه‌داری نقش عمده‌ای در تولید ایدئولوژیک ایفا می‌کنند و ایماژها و توصیف‌ها و تعریف‌ها و ملاک‌های بسیار تأثیرگذار برای فهم جهان بر می‌سازند. با این حال مطالعات فرهنگی این دیدگاه را نمی‌پذیرد که با مصرف کردن این تولیدات ایدئولوژیک ما به قربانیان مستأصل ذهنیت کاذب تبدیل می‌شویم. اگرچه هرگز نباید از قدرت تأثیرگذارنده سرمایه و ساختارهای مستبدانه و برنگارنده تولید غافل بود، لیکن لازم است که بر پیچیدگی فعالانه و کنشگری موقعیت‌مند مصرف تأکید گذاریم.

با توجه به نکاتی که ارائه شد در اینجا به ارائه معنای فوتبال از منظر فهم ما از زندگی روزمره به نتیجه‌گیری خود در این باب می‌رسیم. فوتبال کانونی است که

انسان شناسی فرهنگی و تاریخ/نقد هنر را برای مطالعه پدیده‌های فرهنگی در جوامع صنعتی ترکیب می‌کند. پژوهشگران مطالعات فرهنگی اغلب بر این موضوع متمرکزند که چطور پدیده‌ای خاص به ایدئولوژی، نژاد، طبقه اجتماعی یا جنسیت مرتبط می‌شود. مطالعات فرهنگی در مطالعه معانی و رویه‌های زندگی روزمره به کار می‌رود. رویه‌های فرهنگی شامل روش‌های مردم برای انجام کارهای خاص مثل رادیو گوش کردن و یا تلویزیون تماشا کردن در فرهنگی معین است. معانی خاص به روش‌هایی که مردم در فرهنگ‌های معین کارهایی را انجام می‌دهند، پیوسته است. بسیاری از چهره‌های شناخته شده و مطرح در مطالعات فرهنگی جهت‌گیری‌های متنوع و تا اندازه‌ای متفاوت نسبت به موضوعات مورد نظر خود دارند و طیف گسترده‌ای از نویسندگان و متفکران را شامل می‌شوند. همه اینها در پی ناپسندگی رشته‌های آکادمیک موجود، به بعضی تفاوت‌های طبقاتی و منطقه‌ای و بعضی اشکال نوین فرهنگ روزمره، فرهنگ جوانان و ضد فرهنگ‌ها و نیز اشکال فراگیر رسانه، تبلیغات، موسیقی و ... علاقه‌مند شدند.

اگر بتوان فوتبال را کالایی مصرفی برشمرد که نقشی جدی در زندگی روزمره مردم دارد به نظر می‌رسد نقش مطالعات فرهنگی درباره مصرف کالا را از دو دلیل

منوچهر دین پرست
M. Dinparast

یکی از بنیادی‌ترین مسائلی که امروزه ذهن بسیاری از اندیشمندان حوزه جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی و حتی نظریه‌پردازان فرهنگ را به خود مشغول کرده بحث «زندگی روزمره» است. تعریف زندگی روزمره دشواری و سختی خاص خود را دارد که این دشواری بر ابهام آن نیز افزوده است اما تأمل در ذات زندگی روزمره می‌تواند ما را به موضوعات مختلفی سوق دهد که بتوانیم آن را ذات‌شناسی کنیم و به عبارتی آن را مقوله‌ای فرعی ندانیم. از سوی دیگر، در بحث‌های مربوط به کنش و کنشگران میان فرهنگ و ساختار و ایجاد امر اجتماعی، زندگی روزمره در حکم عرصه‌ای که این کنش و کنشگری در آن رخ می‌دهد اهمیت پیدا می‌کند. در این معنا، نظریه پردازان اجتماعی به طور فزاینده‌ای از زندگی روزمره به عنوان مدل تحلیلی خود برای گره‌گشایی از فرآیندهای شکل‌گیری جامعه استفاده می‌کنند. در این جستار در نظر است معنای دریافت و فهم ما از ساحت اندیشگی «فوتبال» در نسبت با زندگی روزمره به بحث و بررسی گذاشته شود.

بارها گفته شده است، زندگی روزمره زندگی‌ای است که اکثر روزها افراد درگیر آن هستند. بنابراین ویژگی آشکار آن یکنواختی و تکرار است. گاهی در زندگی‌مان وقایع خارق‌العاده، شگفت‌انگیز و ویژه‌ای رخ می‌دهند که این وقایع ممکن است عادی باشد اما برای کسانی که در زندگی هر روزه‌شان با آنها روبه‌رو نمی‌شوند، شگفت‌انگیز به حساب می‌آیند. برای مثال عاشق شدن یا به دنیا آمدن بچه ممکن است رویدادهایی کاملاً عادی به نظر برسند اما از آنجایی که این رویدادها فاقد الگوی تکرار و یکنواختی هستند، شگفت‌انگیز به حساب می‌آیند. از سوی دیگر، زندگی روزمره چارچوبی برای ارضای نیازهایی مثل خوردن، خوابیدن و تا حدی ارضای آرزوهای سطحی است. زندگی روزمره جایی است، که در آنجا ارتباطات انسانی شکل می‌گیرد. جایی است که در آن زبان با تمامی واژگان و آرایه‌هایش در سطحی نازل و گاه بی‌دقت مورد استفاده قرار می‌گیرد. همچنین می‌توان گفت که هیچ پروژه یا تخیلی در زندگی روزمره کامل نیست. زندگی روزمره همواره تمایل دارد به کلی تبدیل شود، تا بر ما سلطه یابد اما همواره انسان‌ها در مقابل آن مقاومت می‌کنند و موقتاً از طریق فعالیت‌هایی مثل تعطیلات آخر هفته، مسافرت‌ها و... از زیر سلطه آن می‌گریزند تا در گرداب آن اسیر نشوند. در دنیای امروز فوتبال به تنهایی نقش ایفا نمی‌کند. بلکه فوتبال جزئی از ساحت زندگی روزمره انسان‌ها شده و کسی را نمی‌توان سراغ گرفت که به گونه‌ای با فوتبال آشنایی نداشته باشد. به عبارتی دیگر فوتبال به عنوان محصولی در دنیای مدرن، کالایی واقعی است که هویت انسانی را شکل داده و انسان‌ها به نوعی در همسانی با فوتبال به عملکرد روزانه خود نقش می‌دهند و فرآیند روابط اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی را تعیین می‌کنند. از میان بازی‌های ورزشی مختلف این تنها فوتبال است که توانسته در دنیای مدرن نقش جدی ایفا کند. فوتبال از تاریخچه‌ای در حدود صد سال برخوردار است و در طول مدت حیات خود فراز و نشیب‌ها و کارکردهای گوناگونی داشته است. اگر بپذیریم که فوتبال یک کالای فرهنگی است و در زندگی روزمره نیز نقش جدی و جدانشدنی دارد می‌توان فوتبال را از منظر مطالعات فرهنگی بررسی کرد تا معنای آن از بطن مطالعات فرهنگی که رهنمون به زندگی روزمره است استیفا گردد.

از اواخر دهه ۵۰ و اوایل دهه ۶۰ میلادی مصرف کالا در مباحث مربوط به تکوین جامعه مصرفی به یک موضوع فرهنگی تبدیل شد. سپس در پژوهش‌های دهه ۷۰ در خصوص اینکه پاره فرهنگ‌ها چگونه از کالا برای تولید معانی بدیل و متخالف استفاده می‌کنند، موضوع مصرف در مطالعات فرهنگی به نحو کاملاً بارزی مورد توجه قرار گرفت. در سال‌های اخیر، در مطالعات انجام شده درباره فرهنگ روزمره و نیز تحقیقاتی که در خصوص خرید به شکلی از کنش‌های فرهنگ روزمره صورت گرفته مصرف رسانه‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. در اینجا لازم است نگاهی به چیستی «مطالعات فرهنگی» داشته باشیم تا بتوانیم تحلیل فرهنگی مصرف رسانه در زندگی روزمره را دریابیم. مطالعات فرهنگی مجموعه آثار گوناگونی با جهت‌گیری‌های متفاوت و معطوف به تحلیل انتقادی اشکال و فرآیندهای فرهنگی در جوامع معاصر و نزدیک به معاصر است. مطالعات فرهنگی، جامعه‌شناسی، نظریه اجتماعی، نظریه ادبی، مطالعات فیلم / ویدئو،

داوری

مهديه درياييگي

از ایران به فاروق بوزو گفتند خسروی کمک داوری یادش رفته!

خسروی: تصمیم در ستم به عنوان

فیلم آموزشی تدریس می‌شد



این روزها بهانه‌گیری‌های کشورهای حاشیه خلیج فارس باعث شده کنفدراسیون آسیا تصمیم عجیبی بگیرد؛ تصمیمی که اقتدار شیخ سلمان را به‌عنوان رئیس کنفدراسیون آسیا زیر سؤال می‌برد، اما تیم‌های ایرانی که نمایندگان ایران در آسیا هستند متحد شدند تا این بار جلوی بهانه‌های پوچ کشورهای عربی را بگیرند، به همین دلیل علی خسروی این بار خاطره‌ای تعریف می‌کند که در آن اقتدار ایرانی به رخ کشورهای عربی کشیده شده است.

خسروی خاطره خود را اینطور تعریف می‌کند: «از وقتی (سال ۷۶) شروع به سوت زدن در ایران کردم دیگر به مدت سه سال در کشور کمک‌داور نبودم، به همین دلیل بعضی دوستان از داخل کشور به مسئولان کمیته داوران آسیا پیغام می‌دادند که علی خسروی سه سال است در کشور کمک‌داوری نمی‌کند و کمک‌داوری از یادش رفته است اما با وجود همه این کارشکنی‌ها در سال ۷۹ در میان بهت همه، کمیته داوران آسیا من را برای بازی‌های لبنان دعوت کرد. آن سال‌ها فقط ۲۵ داور و کمک‌داور الیت در آسیا بود و مثل سال‌های اخیر نبود که آسیا ۲۵۰ تا ۳۰۰ داور و کمک‌داور داشته باشد. من در لبنان در دومین روز مسابقات برای بازی کره و چین انتخاب شدم. تقریباً اوایل بازی بود که چین یک گل به کره جنوبی زد، در حالی که صحنه مشکوک به آفساید بود! به همین دلیل کره‌ای‌ها اعتراض شدیدی کردند و معتقد بودند که گل چین در شرایط آفساید به ثمر رسیده است اما خودم می‌دانستم که چه تصمیم درستی گرفته‌ام. این را هم بگویم که داور بازی هم طوری من را نگاه می‌کرد که انگار او هم معتقد بود من اشتباه کرده‌ام و گل در شرایط آفساید به ثمر رسیده است. در آن سال‌ها خود داوران ایرانی می‌گفتند علی خسروی اعتقاد دارد توپ‌ها را رها کنی، فیفا گل می‌خواهد.»

خسروی که با افتخار از تصمیم خود در این بازی صحبت می‌کند، در ادامه می‌گوید: «شب نگاه سنگین رقبایم از کشورهای دیگر آسیایی را کاملاً متوجه شدم اما وقتی خودم فیلم بازی را در هتل تماشا کردم، متوجه شدم چه تصمیم درستی گرفتم و همانجا نماز شکر خواندم.» این پیشکشوت داوری خاطره‌اش را اینطور ادامه می‌دهد: «فردای آن روز وقتی برای آنالیز بازی‌ها رفتیم، داوران کشورهای عربی قبل از جلسه گفتند: «علی خسروی خلاص»؛ یعنی اینکه خسروی با تصمیم اشتباهش امروز حذف می‌شود و به کشورش بازمی‌گردد اما وقتی فاروق بوزو فیلم بازی را به تصویر کشید، من در آن صحنه با مدافع، دروازه‌بان و مهاجم در یک خط بودیم. انگار خط‌کش گذاشته بودند و ما را در یک خط گذاشته بودند. فاروق بوزو آن صحنه را بارها و بارها تکرار کرد و از تصمیم درست من تعریف و تمجید کرد. تمام آنهایی که قبل از جلسه می‌گفتند: «علی خسروی خلاص» خجالت کشیده بودند. فاروق به من گفت: «چطور این تصمیم را گرفتی؟» من هم در پاسخ گفتم: «من ۱۶ سال است در ایران کمک‌داوری می‌کنم.» فاروق بوزو گفت: «از دیشب تا حالا کره‌ای‌ها بارها به من زنگ زدند که کمک‌داور ایرانی تصمیم اشتباه گرفته است اما کار تو بسیار خوب بود.» بعد هم فاروق از حضار خواست برای من دست بزنند. در همان جلسه هم گفت پاداش این کار تو بازی کره و کویت است. جالب اینجا بود که آن صحنه به‌عنوان صحنه آموزشی در کلاس‌های ای‌اف‌سی به تصویر کشیده شد.»

حوادث و رویدادهای معنی‌دار هستی روزمره خود را در آنها تجربه می‌کنیم و در عین حال نقطه عزیمتی است که از طریق آن به جهت یابی در محیط نایل می‌شویم و در آن دخل و تصرف می‌کنیم. فوتبال یک عرصه درونی است که با عرصه بیرونی احاطه کننده در تقابل است. این واقعیت که مفهوم فوتبال به عرصه داخلی و عرصه خارجی وابسته است، این نکته را روشن می‌سازد که فوتبال خود در یک زمینه وسیع‌تر قرار دارد و نمی‌توان آن را در شرایط ایزوله فهمید.

لازم است که یادآوری شود معمولاً فوتبال تأویل و تفسیر معینی ندارد؛ از یک طرف، مقیاس آن از یک موقعیت تا فضای واحد انعکاس متنوع است و از طرف دیگر معنی و هدف آن برای همه مردم یکسان نیست. برخی از مردم، آن را واجد ارزش مهم احساسی، فرهنگی یا تاریخی می‌دانند که در هویت محلی، ناحیه‌ای و یا ملی تبلور یافته است. بعضی دیگر آن را محلی برای کنش‌های روانی خود تلقی می‌کنند. در عین حال مفهوم فوتبال بخصوص در طی سده گذشته از تلقی رایج از آن به عنوان جایی که دارای مرزهای محدود و مشخص و استقرار یافته و واجد ارتباط است به چیزی گسترده از هر سو، سیال و فضای جریان‌ها و اطلاعات تغییر یافته است. از این دیدگاه، فوتبال بدون مرز است؛ و در این بدون مرزی است که زندگی روزمره را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. از این دیدگاه فوتبال چیزی بیش از یک محل انتزاعی است. کلیتی است که از اشیاء و چیزهای واقعی ساخته شده و دارای عناصری مانند توپ، زمین بازی و بازیکنان است. مجموعه این عناصر با هم کاراکتر فوتبال را تعریف می‌کنند؛ چیزی که در واقع ماهیت فوتبال محسوب می‌شود.

مورد بحث و بررسی قرار داد. دلیل نخست، جنبه نظری دارد. فهم این موضوع که متون چگونه درست می‌شوند تا افاده معنا کنند، مستلزم بررسی مصرف کلاست. این بررسی باعث می‌شود تا دیگر فقط به معنای متن نظر نداشته باشیم. منظور از معنا، جزئی ضروری از متن است که در آن مستتر شده و متن متضمن آن است؛ بلکه توجه خود را به طیفی از معانی معطوف کنیم که متن افاده آنها را امکانپذیر می‌سازد یعنی توجه می‌کنیم به معانی اجتماعی متن و نیز به اینکه احاد جامعه چگونه از طریق رفتارهای مصرفی‌شان در زندگی روزمره، متن را مورد دخل و تصرف و استفاده قرار می‌دهند.

در برخی از نقدها اینگونه تعبیر شده که مصرف کالا موضوعی مربوط به زندگی متأخر است اما یکی از جنبه‌های در خور توجه در مصرف انبوه از قرن هفدهم به این سو و شاید بتوان گفت وجه تمایز دوره مدرن از دوره پیش از آن، این است که احاد جامعه عمدتاً از راه مصرف کالا در فرهنگ مشارکت کرده و آن را درگروک ساخته‌اند. این درگرونی جنبه‌ای روانکاوانه نیز داشته است. تحقیقات روانکاوانه درباره زندگی روزمره، معمولاً در حوزه بهزیستی و خدمات بهداشتی صورت می‌گیرد، زیرا روانکاو عمدتاً به صورت رشته‌ای گسترش یافته که ضمن درمان، کاربردهای گسترده‌ای نیز دارد که اغلب مربوط به همان حوزه محسوب می‌شود اما وقتی که بخواهیم از جنبه فوتبال به مثابه مصرف کالا به آن نگاه کنیم می‌بینیم که مردم عادی در زندگی روزمره خود به این دلیل کالای فوتبالی را مصرف می‌کنند که نیازهای کاذبی به آنها سرایت داده شده است که کارتل‌های باشگاهی و باندهای مصرفی از خودشان خلق کرده‌اند. البته این کلیات نمی‌کند که این مقوله را اصطلاحی

