



اتلاف سرمایه با هواداران پلاستیکی



آرش حسن پور

پژوهشگر مطالعات تصویری

کرونا به مثابه ویروسی عالم گیر جهان ما را تغییر داد. زیستن و فعالیت های ما تفاوت های اساسی پیدا کرد و حیات معاصر بشر را به قبل و بعد از خودش تقسیم کرد. جهان ورزش و فوتبال هم از این تغییرات فراگیر بی نصیب نماند. کرونا در آغاز مسابقات ورزشی را تعطیل و تعلیق کرد و سپس زورش به تماشاگران مسابقات رسید. پس از گذار از دوران ترک تازی ویروس مرموز کرونا برخی از کشورهای جهان با پروتکل های خاصی اجازه از سرگیری مسابقات خاص ورزشی را دادند تا ورزشکاران حرفه ای فعالیت ورزشی و حرفه ای و ملی باشگاهی خود را از سر بگیرند اما تماشاگران تا مدت نامعلوم و اطلاع ثانوی از این تفریح و فراغت فرهنگی ورزشی محروم شدند. تعطیلی تماشا مسابقه اما به معنای عدم حضور تماشاگران در ورزشگاه های بزرگ فوتبال نبود. هوش و عقلانیت بشر برای هر امری راه حلی دارد و برنامه ای طراحی می کند.

جهان ما جهانی رسانه ای شده است. این بدین معناست که ما در جهانی زندگی می کنیم که رسانه ها برای ما تصویر می کنند. چه خوب و چه بد مسابقه و هموردی دو تیم ورزشی نمی تواند زیر نگاه تماشاگران مسابقه نباشد ولو اینکه آنها مقوا یا مکت هایی بی جان باشند. در این وضعیت خاص و استثنایی است که برای نخستین بار تماشاگران چه برای بازیکنان داخل زمین و چه مخاطبان رسانه ای تلویزیونی و اینترنتی و ماهواره ای بدل به امری دیدنی و تماشایی و رسانه ای می شوند. از همین روی است که تمهیدات رسانه ای از هر روشی برای جذب مخاطب

بهره می گیرد تا چیزی از نمایشی و سرگرمی بودن فوتبال کم نشود. این ترفند زیرکانه در کشورهای اروپایی برای نخستین بار به کار گرفته شد و تیم تدارکات و باشگاه های ورزشی ماکت تماشاچیان و هواداران خود را روی سکوها قرار داده تا در مستطیل سبز که اکنون اساسا بی روح شده بود، غریبه نباشند. همچنین در ادامه مسابقات با روش هایی ویژه و به کارگیری نرم افزارهای خاصی مژبین به صدای مصنوعی تماشاگران شد که بنا بر تغییر در وضعیت مسابقه اوج و فرودهای خاصی می گرفت. بدین ترتیب بود که دروغی زاده شد و جامه واقعیت به خود گرفت؛ به طوری که دیدن مسابقات ورزشی و فوتبال باشگاهی نیز در لحظه فعلی بدون این ترفندهای رسانه ای دیگر لطفی ندارد. رفته رفته عادت بی وجود آمد و این رویه در باشگاه های داخلی و فوتبال ایرانی نیز به سرعت مورد تقلید قرار گرفت. حال بود نبود تماشاگر اهمیت بسزایی یافته بود و تماشاگران خود بدل به امری تماشایی شدند و اینجا نیز سوژه دوربین عکاسان خبری شده اند. عکسی طی برگزاری مسابقه شاهین و پرسپولیس در ورزشگاه آزادی گرفته شده که برای نخستین بار در دوره پسا کرونا ورزشگاه خالی نبود بلکه تماشاگرانی در قالب ماکت هایی در ورزشگاه حضور داشتند تا هوادار پرسپولیس باشند و تیم محبوب خود را یک بار دیگر تنها نگذارند. ماسک ها و ماکت ها نمایی مجازی از هواداران واقعی هستند.

تماشاگر جزو لاینفک مسابقات ورزشی است. به باور گافمن هر نمایشی نیاز به حضار دارد و بازیگران نیز به بهانه حضار نقش آفرینی کرده و عمل و بازی خود را با بازخوردهای آنان تنظیم و همساز می کنند. فوتبال نمایش مدرن و محبوبی است که تصور آن بدون تماشاگران غیرممکن است. گافمن خود را محصول کنش متقابل میان کنشگر و حضار می داند چون خود حاصل صحنه نمایش است. وی معتقد است که افراد در کنش هایشان جنبه ای از خود را به نمایش می گذارند که مورد قبول حضار قرار

گیرد. بازیکنان درون زمین نیز در اینجا باید زیر نگاه خیره و هیمنه نگاه و قضاوت سکونشینان باشند تا خود واقعی یا خود آرمانی شان را نشان بدهند. روزیک در مقاله «ماسک و تغییر شکل در آیین؛ کارناوال و نمایش» معتقد است ماسک ها در آیین ها، جشن ها و نمایش استفاده می شده و به طور تاریخی، استفاده از آنها در آیین ها صورت گرفته و به طور مشخصی نمایش وامدار آیین است. فهم ما از فوتبال نیز به مثابه یک آیین است. ماسک نشان می دهد که فرد به هیبت شخص دیگری درآمده و آن حقیقی است. به بیانی دیگر، ماسک راهنما و بازگشت دهنده به خویش است.

با این حال هواداران واقعی این روزها بدل به تصویری عمیقاً بی روح و جلوه بصری شده اند. اوج بی سلیقتی اینجا و در عکس های پیش رو قابل مشاهده است. درست است که مجری شبکه سوم معتقد است این نوعی خوش ذوقی است اما اگر دقیق و از نزدیک به کادر و چهره ها بنگریم چیزی جز یأس و یک کار سردستی و هول هولکی مقلدگونه مشاهده نمی کنیم. به عکس ها دقت کنید. از بدن تماشاگران فقط سرها قابل مشاهده است. سرها نیز کاردستی وار، بی قاعده و کج و معوج بریده شده و برش خورده و با چاپ های بی روح و بدون هرگونه کیفیتی و درخششی استفاده شده اند. قیافه های شش در چهار هواداران بدون دست و دیگر اندام و سرهایی که به ماکت های یکسان و سری دوزی (طراحی) شده چسبانده شده تا هواداران شبیه سربازانی باشند که دست بسته ایستاده اند. همه یکسان و به دو راز هرگونه رهایی که لازمه حضور در چنین فضای ورزشی و فراغتی است. جهت نگاه ها و سروصورت عکس ها یکسان نیست و مشخص است که هیچ تدبیر و طراحی ای در انتخاب تصاویر منتخب، وجود نداشته است. از حیث تحلیلی آنچه مشخص است آن است که علاقه مندان فوتبال طیف سنی نوجوان تا میانسال را شامل می شود. همگی قرمز و یکدست پوشیده اند اما این حاصل یک انتخاب نیست بلکه حاصل ترجیح و تحمیل مسئول (ذی ربط) رسانه ای

باشگاه یا تیم مدیریتی مجموعه است که خواسته نوعی همسانی و تجانس در بین تماشاگران هوادار ایجاد کند و با این تمهید هر نوع تفاوت را کمرنگ و جمعیت را بدل به توده ای یکسان کرده است. همچنین روی سکوها هواداری فوتبال باشگاهی و به طور خاص تیم پرسپولیس، هیچ زنی وجود ندارد. این امر گویای آن است که مسأله ورود زنان به ورزشگاه های فوتبال هنوز «حل» نشده است و تا رسیدن به یک قاعده و قانون در این زمینه راه طولانی ای وجود دارد. همچنین طراحی عجیب و غریب این ماسک های هواداری باعث این شده که ماکت ها همگی در حالت ایستاده قرار بگیرند و همین امر نیز با سیمای بودن ایده را بیش از پیش مؤکد می سازد. همچنین به لحاظ حالت وضعیت چهره، همگی نوعی لبخند رضایت بر لب و رخسار دارند. این امر نیز نشان می دهد چطور ترفند رسانه ای در راستای مخدوش کردن امر واقعی و القای تحریف شده ای از آن به فوتبالیست ها و کلیه مخاطبان فوتبال باشگاهی است. می دانیم فوتبال نمایشی سحرآمیز، جمعی و کارناوالی است ولیکن در قابی که شاهدش هستیم هر نوع هیجان، خشم، اعتراض، خوشی حقیقی و واقعی فوتبال سلب شده است و از همین رو به نظر می رسد ترفند رسانه ای به ضد خود بدل شده است و از هواداران عروسک هایی روبات گونه ساخته است. ماکت ها همچنین با چسب به صندلی ها چسبانده شده تا موقتی بودن ایده و موضوع را نشان دهد. در حقیقت می توان گفت هم این شیوه تبلیغاتی دیرپا نخواهد بود، هم تماشاگران حقیقی به سکوها ورزشگاه باز خواهند گشت و سرود پیروزی و غریو شکست خود را در فضای باز استادیوم ها سر خواهند داد. راستش را بخواهید هواداران و ایده رسانه به دور از هر جدیتی بدل به امری فان (fun) و باورناپذیر شده اند. تفسیر دوری نخواهد بود اگر بگوییم همین رویکرد به تبلیغات در مدیریت ورزشی و هواداری فوتبال باشگاهی ما نیز حاکم است که حاصل آن چیزی جز اتلاف سرمایه مادی و انسانی نخواهد بود.