



جام باشگاه‌های اروپا فصل ۱۹۸۷-۱۹۸۶: رئال مادرید ۲ - ناپولی صفر

# وقتی لیگ قهرمانان به وجود آمد

در این موضوع ایفا می‌کند، تجارت این ورزش که توسط صاحبان زرنگ و میلیاردرش انجام می‌شود نتیجه‌ی خلق ابرباشگاه‌ها است نه دلیل به وجود آمدنشان.

ساختارهای قدرتمند به عنوان قراردادهای پخش تلویزیونی به صورت گردشی محکم شده‌اند و این چرخه با شکوفایی لیگ قهرمانان اروپایی که برلوسکونی در سال ۱۹۸۷ پیشنهادش داده بود، ادامه یافته است.

ریاست او در آث میلان در سال ۱۹۸۶ نقطه عطفی بود. برای اولین بار ریاست باشگاهی فوتبالی به یک فرد خارج از این حیطه رسیده بود، کسی که پتانسیل پخش تلویزیونی در جهان را می‌دید.

۳۴ سال بعد دیدگاه او ورزش را تا جایی تغییر داد که فراتر از انتظار بود. در حالی که روزنامه ایندپندنت در فوریه امسال به این موضوع اشاره کرد که در یک دهه گذشته، اروپا شاهد فصل‌های «شکست ناپذیری» در ۱۰ لیگ اروپایی بوده و این درحالیست که عنوان قهرمانی در ۱۳ تا از ۵۴ لیگ اروپا در حال حاضر توسط یک باشگاه کسب می‌شود.

در کشورهای خارج از پنج لیگ بزرگ (انگلیس، ایتالیا، آلمان، اسپانیا و فرانسه) پول لیگ قهرمانان بیشتر هم صدمه می‌زند، یک یا دو باشگاه را به یک سطح دیگری نسبت به رقبایش تبدیل کرده است.

شاید فوتبال علی‌رغم فشارهای اولیه برلوسکونی، تبدیل به معبدگاه نابرابری نتوبرالیسم شده است. اما شاید هم اگر قرعه ناپولی در دور اول جام باشگاه‌های اروپا در سال ۱۹۸۷ برابر رئال مادرید در نمی‌آمد، چرخ تغییرات با سرعت کمتری حرکت می‌کرد.

شاید یوفا با تماشای تغییرات لیگ برتر انگلستان در اوایل دهه ۹۰، احتیاط بیشتری می‌کرد و یک سیستم عادلانه‌تری طراحی می‌کرد. سیستمی که سرمایه را به طور مساوی بین لیگ‌های داخلی تقسیم می‌کرد.

در عوض، یک سرمایه‌دار بازی مارادونا برابر رئال مادرید را دید و نه تنها هیجان زده نشد بلکه اذیت هم شد؛ زیبایی را ندید اما از بین رفتن درآمد را دید.

و اینگونه بود که چرخ‌ها روی ریلی به حرکت درآمد که جام باشگاه‌های اروپا را نابود کرد و فوتبال را برای همیشه تغییر داد.

می‌شد اما این قضیه در کل عادلانه نیست. پول پخش تلویزیونی مستقیماً و به صورت برابر میان ۲۰ عضو تقسیم می‌شود و این درحالیست که پرداخت‌های اعانه (پرداخت‌هایی که لیگ برتر در طول چهار سال در مقاطع مختلف به تیم‌هایی که به دسته‌های پایین‌تر سقوط می‌کنند، می‌دهد) همچون یک مانع برای شکاف بیشتر بین تیم‌هاست.

علت اصلی شکاف مالی، پول لیگ قهرمانان است؛ پولی که از نخستین حضورش تا به امروز مدام در حال افزایش است.

مالک آث میلان، با مشاهده دور رفت

بازی ناپولی و رئال مادرید در برنابئو،

حسابی از حذف زودهنگام یکی از

غول‌های جهان ورزش، وحشتزده شد.

انزجارش زمانی شدت یافت که در

شکست ۲ بر صفر ناپولی در مادرید،

مارادونا ساکت بود. نمایشی ضعیف

از او در استادیومی خالی

در فصل ۲۰۲۰-۲۰۱۹، در مجموع ۲/۴ میلیارد یورو میان باشگاه‌های حاضر در جام پخش شد. ۵۸۳ میلیون یورو بیشتر از ده سال پیش. بخشی از این درآمد از عملکرد تیم‌ها به دست می‌آید، برخی هم از دستاوردهای تاریخی. چیزی که باعث شکاف بیشتر میان دارا و ندارها می‌شود.

سال گذشته لیورپول بیش از ۱۰۰ میلیون پوند برای قهرمانی در این تورنمنت به دست آورد. شما می‌توانید تمام ۶ بازی مرحله گروهی را ببازید و باز هم با ۱۳/۲ میلیون پوند به خانه برگردید. حتی بازنده‌های مرحله حذفی هم ۴/۴ میلیون پوند می‌گیرند.

درآمد لیگ قهرمانان، مسیر فوتبال در اروپا را به شکل بدی تغییر داده است. لیگ برتر انگلیس هم نقش اساسی

می‌توان از طریق پخش بازی‌ها به سودآوری رسید.

فلین در سال ۲۰۱۷ در مصاحبه با ایندپندنت گفت: «من آنچه را که برلوسکونی می‌خواست انجام دادم، نه لزوماً آنچه که فوتبال نیاز داشت. پس این سوپر لیگ مبتنی بر شایستگی، سنت و تلویزیون بود. به همین دلیل لیگ بزرگی برای صنعت تلویزیون به حساب می‌آمد». برنامه‌های برلوسکونی برای یک سوپرلیگ هیچ وقت به نتیجه نرسید. یوفا آن را رد کرده بود اما در آن لحظه دیگر کار از کار گذشته بود.

یوفا عصبی شده بود. آنها متوجه شدند که باید تغییر ایجاد کنند و حالا آنچه که مالک میلان مطرح کرده بود را درک می‌کردند. فوتبال با انرژی به لرزه می‌افتاد. انقلابی در راه بود.

تا سال ۱۹۹۰، پس از یک جام جهانی خسته‌کننده، این درک به وجود آمد که فوتبال نیاز به حرکت دارد. قانون آفساید تغییر کرد تا به مهاجمان فرصت بیشتری داده شود و دو سال بعد هم خطای پاس به عقب اضافه شد.

در سال ۱۹۹۱، برلوسکونی بیش از پیش آشکارا به دنبال سرمایه‌گذاری در این فضا بود. او به مجله ورلد ساکر گفته بود: «جام باشگاه‌های اروپا یک چیز بیخود تاریخی است. یک مزخرف اقتصادی که باشگاهی همچون میلان در دور اول آن احتمال حذف شدن دارد».

یک سال بعد، باترس جدایی شبیه به جدایی‌ای که تابستان همان سال در لیگ برتر انگلستان رخ داد یوفا قبول کرد تا پیشنهاد کمپبل اوگلیو، دبیر کل رنجرز را بررسی کند؛ پیشنهادی که در آن بعد از دو دور اول، مرحله گروهی اضافه شد.

آنها تصمیم گرفتند این تغییر را با تجدید برند همزمان کنند، یک کپی از لیگ برتر انگلیس که تمرکز آن روی بازاریابی، تجاری‌سازی و پخش تلویزیونی بود. تلویزیون‌ها و بازاریابی رسانه‌ای برای کمک پیشقدم شدند و چند آهنگ معروف و لوگوی ستاره‌ای را پیشنهاد دادند.

فشارهای برلوسکونی جواب داد. یوفا تسلیم شد و لیگ قهرمانان اروپا متولد شد.

لیگ انگلستان، لیگ قهرمانان به خاطر ایجاد شکاف ثروتی که منجر به از بین رفتن رقابت شده بود، سرزش

سیلویو برلوسکونی که از نتیجه قرعه‌کشی وحشتزده شده بود، به تماشای تورنمنتی رفت که فوتبال را برای همیشه تغییر داد. بنیانگذاری لیگ قهرمانان اروپا در سال ۱۹۹۲، فوتبال مدرن را خلق کرد.

تجاری شدن، حضور همگانی، سرمایه‌های متورم، نابرابری ثروت و انحصار داخلی بعد از آن در اکثر لیگ‌های اروپا باعث شد تا سی سال پیش لیگ اروپا خودش را بازسازی کند.

جالب اینجاست که این تغییرات (سراریزی پول به دستان اقلیت نخیه و ایجاد زرق و برق چند میلیارد پوندی در صنعت سرگرمی) به وجود نمی‌آمد اگر اولین دور بازی‌ها پشت درهای بسته برگزار نشده بود.

اکثر مردم مشتاق بودند تا دیگو مارادونای ناپولی که به تازگی قهرمان سری آ در فصل ۸۷-۱۹۸۶ شده بود، را ببینند. قرعه‌ای که آنها را مقابل رئال مادرید در آغاز بازی‌های جام باشگاه‌های اروپا قرار داده بود. فقط سیلویو برلوسکونی بود که گویا علاقه‌ای به این بازی نداشت.

مالک آث میلان، با مشاهده دور رفت بازی در برنابئو، حسابی از حذف زودهنگام یکی از غول‌های جهان ورزش، وحشتزده شد. انزجارش زمانی شدت یافت که در شکست ۲ بر صفر ناپولی در مادرید، مارادونا ساکت بود. نمایشی ضعیف از او در استادیومی خالی.

یک بازی زشت و متلاطم؛ مشخص بود که تیم مهمان برای شروع بازی‌هایش با قرار گرفتن مقابل چنین تیم بزرگی در این جام زیر فشار زیادی است. برلوسکونی مصمم بود که اجازه ندهد دوباره این اتفاق بیفتد.

برلوسکونی که از نتیجه قرعه‌کشی مشوش بود و می‌ترسید آث میلان هم در آینده قربانی چنین چیزی شود، در ذهنش به یک سوپر لیگ اروپایی فکر کرد. این ایده در گذشته هم بود اما هیچ کس تا آن زمان آن را جدی نگرفته بود.

برلوسکونی یک سرمایه‌دار با نفوذ رسانه‌ای بود، یکی از کسانی که به فوتبال همچون یک فرصت تجاری نگاه می‌کرد؛ کالایی که باید بسته‌بندی و فروخته شود.

او به الکس فلین، از شرکت بازاریابی «ساعت‌چی و ساعت‌چی» این مأموریت را داد تا برنامه‌های مفصلی برای یک لیگ جدا تنظیم کند، با این ایده که چگونه