

چرا حضور کریستیانو رونالدو در تهران بیشتر از یک رویداد ورزشی است؟

ماجرای کریس و دوستان در تهران!



فاطمه بریمانی ورندي خبرنگار گروه نشر روز

تصاویر استقبال از رونالدو توسط هوادارانش در ایران دوروز است که به یکی از سوره‌های روز رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی تبدیل شده است. از جمعیت کثیری که داخل فرودگاه ریخندند تا هوادارانی که دنبال اتوبوس تیم و راه افتادند و حتی جمعیتی که برای رسیدن به هتل محل اقامت او به کوهنوردی و صخره‌نوردی هم افتادند. تصاویر متعددی که بسیاری را آندکر شگفت زده کرده که تلاش کرده‌اند اتوکشیده و مرتب این اقدامات را محکوم کنند و از در جامعه‌شناسی به انتقاد از این افراد در شبکه‌های اجتماعی بپردازند. اما آیا این اتفاق، عجیب و نادر بود؟ آیا فقط در ایران خودمان چنین صحنه‌هایی به وجود می‌آید و در سایر کشورها وقتی یک چهره بزرگ بین‌المللی وارد می‌شود آب از آب تکان نمی‌خورد و مردم حتی نگاهش نمی‌کنند. جواب این سوال منفی است. اما مساله‌ای که وجود دارد، این است که این موضوع باید بدون نگاه خودتحقیرانه به فرهنگ و جامعه ایرانی بررسی شود. مساله هواداری و فن‌دوم‌ها یکی از موضوعات مهم در فضای اجتماعی و جامعه‌شناسی و فرهنگ ارتباطات کشور است که اگر ریشه‌ای آن را شناسیم و آن را بررسی کنیم می‌شود همین اظهارنظرهای عصاره‌قورت داده در فضای شبکه‌های اجتماعی که ۹ سال پیش نمی‌توانست حجم وسیع مردم برای شرکت در مراسم تشییع پیکر مرتضی پاشایی را درک کند. به همین بهانه به بررسی این موضوع با محمد جواد بادین‌فکر، پژوهشگر فرهنگی اجتماعی پرداختیم. کسی که خودش هم مقابل هتل محل اقامت رونالدو رفت و با هواداران این ستاره فوتبال گپ زد تا بهتر و دقیق‌تر در این باره از این موضوع صحبت کند.

هواداری لزوماً خودتحقیری نیست

ابتدای امر باید این را بدانیم که هوادار بودن و هواداری از یک موضوع، یک شخص، اثر هنری و امثالهم الزاماً چیز بد و منفی نیست که ما آن را مذموم بدانیم و تابو در نظر بگیریم. مساله هواداری و پیروی از یک امر مساله‌ای ذاتی است. شاید همه مردم، هواداری از سلبریتی و رسانه نداشته باشند، اما همواره موضوعی در زندگی دارند که از روی علقه احساسی یا تعصب از آن پیروی کنند. انگاره‌هایی را که نسبت به این مساله وجود دارد می‌توان در دو حالت بررسی کرد. آقای بادین‌فکر معتقد است دو جریان فکری وجود دارد که مساله هواداری را در قالب‌های مختلف تحلیل می‌کند: «جریان اول نوعی نگاه انتقادی است که ذیل مطالعات انتقادی فرهنگ تشریح می‌شود. افرادی که این رویکرد را دارند، این نوع مواجهه با سلبریتی‌ها و اساساً مساله هواداری را جزه فرهنگ پایین و دینی در نظر می‌گیرند. این افراد معتقدند که آدم‌ها باید جاافتاده و عمیق‌تر زیست کنند. اگر موسیقی گوش می‌دهند، باید موسیقی کلاسیک باشد. اگر می‌خوانند هنرمندی را دنبال کنند، نباید هنرمند گیشی‌ای تازه به دوران رسیده باشد. هنرمندانی که اصیل هستند باید مورد توجه باشند. خارصه اینکه این افراد اساساً اصالت‌گرا هستند و طبق همین تحلیل هواداری را امری مذموم می‌دانند. اما یک نگاه و نحله دومی هم به این ماجرا وجود دارد. اساساً سوره‌ای نگاه، مطالعه فرهنگ عامه پسند و مردم‌پسند است. پس در این دیدگاه مساله سلبریتیزو شدن، امری مذموم نیست و با برجسب‌های تند تحلیل نمی‌شود. اما این را در نظر نمی‌گیرد که اساساً هواداری شاید یک نیاز فطری یا انسانی برای همه آدم‌ها است، حتی آن کسی که از یک سلبریتی طرفداری یا هواداری نمی‌کند، در موضوعات دیگری اتفاقاً آدم فکری است. هواداری، در اینجا به معنای پیروی و دنباله‌روی کردن از یک فرد، یک موضوع، حتی از یک کسی» از یک اثر هنری، از یک تیم ورزشی، از یک شخصیت ورزشی، دارای بار سنگین عاطفی است. باید توجه داشته باشیم که در موضوع هواداری عواطف به شدت موثر است. شما نمی‌توانید بگویید من هوادار یک تیم هستم اما هیچ ارتباط و علقه عاطفی با آن تیم ندارم.»

برای هواداری مقدماتی لازم است

فطری بودن مساله هواداری و درگیر شدن عواطف شخص هوادار از اولین مقدمات و اولین ویژگی‌های شخص هوادار و این مساله است. اما غیر از اینکه شما سخن علقه دارید، این عواطف با باید همواره با نوعی حمایت‌گری همراه کنید. زمانی که هوادار هستید، باید به هر شکل و روشی که شده، از بت یا سلبریتی خود حمایت کنید و روحیه حمایت‌گرایانه خود را حفظ و تقویت کنید. شاید بتوان این حمایت را به نوعی مصرف منظم تعبیر کرد، در شرح تعریف کرول سندس از این روحیه و مساله مصرف منظم، بادین‌فکر این موضوع را این‌طور تحلیل می‌کند: «حمایت‌گری یا روحیه حمایت‌گرایانه از ویژگی‌های فردی هوادار است. کرول سندس تعریفی از هواداری دارد، می‌گوید هواداری یک عمل پایک فعالیت منظم، یک مصرف منظم دارای بار عاطفی و حمایت‌گرایانه است و می‌تواند درباره صنایع فرهنگی یا رسانه‌ای باشد. البته اگر بخواهیم با تعریف سندس پیش برویم، هرکسی می‌تواند در این تعریف بگنجد، حتی کسانی که طرفدار شخصیت‌های غیررسانه‌ای هستند و این موارد را در فرقه‌ها زیاد می‌بینیم، آن افراد هم به‌طور منظم و پیوسته، درحال مصرف و پیروی از برخی شخصیت‌ها هستند. این پیروی زمانی که با نوعی علاقه و درگیری عاطفی همراه می‌شود، حالتی از شیفتگی و شیدایی را دربرخواهد داشت. از دیگر ویژگی‌های اتفاق هواداری که شاید آن را در همه هواداران مشاهده نکنیم، همان شیفتگی و شیدایی است که حاکی از درگیری احساسی زیاد سوره با سلبریتی است. زمانی که شما شخصی را به واسطه علقه حس که به او دارید در ذهن خود بزرگ می‌کنید، ناخودآگاه فاصله بیشتری با او حس می‌کنید و از طرفی دچار نوعی شیفتگی و علاقه‌مندی غیرمنطقی به او می‌شوید. یک بخش از هواداری این‌طور است که فرد آنقدر نسبت به موضوع علاقه‌مند و آنقدر آن موضوع در ذهن او بزرگ می‌شود و ویژگی‌های ارزشمندی برای او در نظر می‌گیرد و حالت‌هایی از شیفتگی پیدا می‌کند، یعنی فراتر از محبت و عشق نسبت به آن موضوع است، به‌طوری‌که شاید رفتارهای غیر منطقی از آن شخص سر بزنند. ما هوادارانی داریم که شیفتگی جنون‌آمیز دارند. شاید این موضوع در کنسرت‌ها یا بیشتر مصداقی خود را بروز داده است که البته درباره رونالدو هم از این صحنه‌ها در ایران کم ندیده‌ایم.»

آهن‌ربای جذب سلبریتی چیست؟

با بروز و ظهور و فراگیری رسانه‌های جمعی، دامنه تعداد سلبریتی‌ها در هر حوزه‌ای بیشتر شد. به‌گونه‌ای که در حوزه‌های متعدد شاهد بروز ستاره‌هایی هستیم که مردم از آنها هواداری می‌کنند اما مساله حائزاهمیت این است که این اتفاق برآمده از چیست؟ مردم از بابت چه چیزی هوادار می‌شوند و بر چه حسایی آنان را به عنوان بت در نظر می‌گیرند و بعضاً او را می‌پرستند؟ بادین‌فکر درباره این متر و معیار می‌گوید: «هوادار سوره‌ای را در سلبریتی می‌بیند که خود فاقد آن است. اگر این اتفاق بیشتر و بیشتر شده و عواطف و احساسات شما با زیست او عجین شود، ناخودآگاه دچار نوعی شیفتگی و هواداری می‌شوید. دلیل اصلی اینکه ما از سلبریتی‌ها حمایت می‌کنیم



و آنها در ذهن مان تحسین برانگیزند. احساس فاصله و دست‌نیافتنی بودن آنهاست. ما دائماً گمان می‌کنیم آنها ویژگی‌هایی دارند که ما فاقد آن هستیم و می‌خواهیم که مانند او شویم.»

هوادار معتقد است که سلبریتی دقیقاً رویای او را زندگی می‌کند و تجسم رویایش را در سلبریتی‌هایی می‌بیند که هواداران آنان است. هر قدر که آن سلبریتی برای او دست‌نیافتنی‌تر باشد و هر قدر احساس فاصله بیشتری داشته باشد، بیشتر سعی می‌کند او را به عنوان بت در هسته مرکزی ذهنش قرار دهد و دور آن بچرخد و او را بپرستد. بادین‌فکر با توجه به گفت‌وگویی که با جوان ۲۰ ساله حاضر در جمعیت هواداران مقابل رونالدو داشت به این موضوع این‌طور اشاره کرد: «یکی از علل اینکه مردم وارد پیرومه هواداری می‌شوند، این است که آن سلبریتی یک سری ویژگی‌ها دارد که آنها ندارند یا بهتر است این‌طور بگوییم ما نمی‌توانیم شبیه آن سلبریتی‌ها باشیم و به ویژگی‌های مطلوب ذهن و معیارهایمان برسیم. به همین جهت همچنان جایگاه سلبریتی‌ها تثبیت می‌ماند. من امشب با یک جوان ۲۰ ساله مصاحبه کردم که از محله میدان خراسان آمده بود و از پرسیدم تو چه چیزی را از رونالدو می‌بینی که او را اینقدر دوست داری؟ او ویژگی‌هایی را می‌دید که خودش فاقد آن بود و می‌خواست در خودش تقویت کند. مثلاً سبک زندگی سالم رونالدو برای او بزرگ بود یا اینکه او از فقر به این جایگاه رسیده است.» اگر من بالفعل بتوانم مانند سلبریتی ذهن زندگی کنم، دیگر حس فاصله‌ای نخواهد کرد و آن وقت است که زمین بازی تغییر می‌کند. حالا دیگر فضای رقابت شکل می‌گیرد. فضای رقابتی ما را از حالت هوادار و حمایتگر خارج می‌کند. پس زمانی که ما وارد این میدان نشدیم و هنوز حس فاصله نسبت به ستاره ذهن مان داریم، نوعی هوادار هستیم و از او پیروی می‌کنیم. بادین‌فکر هم این‌موضوع را این‌طور تأیید کرد: «اگر شما به خودتان بگویید من مثل رونالدو می‌توانم دربیول بزنم، این‌طور ورزش کنم، این سبک زندگی را داشته باشم، شما دیگر هوادار نیستید. می‌توانم یعنی بالفعل می‌توانم نه اینکه در آینده بخواهم توانست. اصلاً دیگر شما هوادار نیستید، چون شما خود را دیگر به عنوان رقیب او می‌بینید. به محض اینکه سوره را در موقعیت رقابت ببینید، دیگر نمی‌توانید هواداری کنید. هوادار کسی است که رقابت را با آن سوره کنار می‌گذارد و آن را به تمام و کمال به عنوان آدم منحصربه‌فرد می‌پذیرد.»

به خاطر رونالدو سیگار را ترک کردم!

شاید نمایندگی آرزوهای ما توسط سلبریتی‌ها عمده دلیل تعیین جایگاه هواداری ما باشد. بادین‌فکر درخصوص این نمایندگی ناظر به حضور رونالدو گفت: «یک سری ویژگی‌ها در ذهن هوادار پرزنگ است که شاید خودش به‌تهنایی به آنها نمی‌رسد. مساله این است که سلبریتی ویژگی‌هایی دارد که هوادار دوست دارد آنها را داشته باشد اما نمی‌تواند پس سلبریتی از آرزوهای او نمایندگی می‌کند. از خواسته‌هایی که من دوست داشته و دوست دارم به آن برسیم نمایندگی می‌کند. پس این خیلی مهم است. اگر که یک بت، یک بازیکن ورزشی، یک هنرمند، این ویژگی مهم را یعنی دست‌نیافتنی بودن را نداشته باشد، شاید نتواند هوادار داشته باشد. هوادار باید ببیند که او کارهایی می‌کند که خودش انجام نمی‌دهد. آن جوان ۲۰ ساله هم این فضا را داشت. از زمانی که رونالدو بیوانیت بازی می‌کرد، هوادار او بود. اینکه او برای این نوجوان شاخص شده بود، به دلیل ویژگی‌های جادویی و اسطوره‌ای‌اش بود. او این مثال را برای من می‌زد که شما خودتان تیم محبوب ندارید؟ گفتم چرا پرسپولیس. گفت شما فکر کن مذاقی آخر در بازی فینال، یک نفر بیاید و تیمت را نجات دهد، چه حسسی پیدا می‌کنی؟ گفتم خب حس خیلی خوبی است، تیم من قهرمان می‌شود. گفت رونالدو بارها از این کارها کرده و روحیه شکست را به پیروزی تبدیل کرد. روحیه اینچنینی دارد و خب این یکی از جذابیت‌های جدی رونالدو برای او بود. دوم اینکه رونالدو برای او یک شخصیت سخت‌کوش و به‌شدت توانا که از دوران بچگی کار می‌کرده، تلقی می‌شد. یا سبک زندگی سالم رونالدو برای او مهم بود، این حس جنگندگی و موفقیت او مطرح بود. حتی من هم گفت من تحت‌تأثیر رونالدو سیگار را ترک کردم و می‌توانستم سمت این موارد بروم اما نرفتم. خب اینجا یعنی سلبریتی را بت قرار داده و در تلاش برای رسیدن به اوست.»

هوادار با حضور فیزیکی احساس قدرت می‌کند

بخش اعظم و ابتدای مساله هواداری ذهنی و روانی است. ما به واسطه رسانه‌ها که نقش واسطه‌گری را میان ما و سلبریتی‌ها ایفا می‌کنند، با نوعی فاصله فیزیکی مواجه هستیم که همه چیز از سلبریتی را به ذهن و فضای روانی تقلیل می‌دهیم. بادین‌فکر درخصوص این تئوری گفت: «یکی از ویژگی‌های مدیا در عصر مدرن واسطه‌گری و واسط بودن است. پس همواره یک حالت واسطه‌مندی با یک سلبریتی وجود دارد. حالا هر چقدر که این واسطه‌ها کم شود و امکان اینکه من بتوانم از لحاظ جسمی و فیزیکی به آن سلبریتی نزدیک شوم، جذابیت این موضوع را برای من بیشتر می‌کند. الان من به‌عنوان هوادار به لحاظ ذهنی یا سوپزکتیو با یک سلبریتی در ارتباطم، در ذهن وجود دارد، به او فکر می‌کنم، تخیل می‌کنم و برایش فریب می‌زنم. اصلاً این تعامل یک شبه تعامل نمادین است. هیچ‌وقت تعامل حقیقی نیست. حالا به محض اینکه هوادار موقعیت‌ها و بزنگاه‌هایی را پیدا می‌کند که به سلبریتی از لحاظ جسمانی نزدیک شود، واسطه کم شود، من می‌توانم حالا جسمم را هم وارد تعامل کنم. حس حضور من به‌عنوان هوادار یک سلبریتی می‌تواند به من حس قدرت بدهد.»

از مصداقی این اتفاق را شاید در کنسرت‌ها بیشتر ببینیم، اینکه هوادار گمان می‌کند حالا دیگر مدیا نقش واسطه‌گری ندارد و جسم او هم وارد تعامل شده است. بادین‌فکر هم با توجه به این مصداق می‌گوید: «شما در کنسرت‌ها

فقر فرهنگی نه! دنبال فقر سرگرمی باشید



هومن جعفری خبرنگار

به لطف خدا یک بار دیگر این فرصت دست داد جامعه شبه‌روشنفکری مقیم فضای مجازی فرصتی پیدا کند تا فروپاشی جامعه و فرهنگ و اخلاق و تمدن را با لذت وصف‌ناشدنی «من که گفته بودم» وار، داد و فریاد کند. دلیل؟ اینکه تعدادی از هموطنان به استقبال رونالدو رفتند و دنبال اتوبوسش دویدند و عده‌ای دیگر در استقبال از او در هتل را شکستند و عده‌ای هم کماندووار از صخره‌ها، تپه‌ها و دره‌ها بالا رفتند که خود را به پشت هتل برسانند و خب این هم که معنایش مشخص است. اگر هزار نفر دنبال اتوبوسی بدونند، یعنی ۸۵ میلیون ایرانی در همه ابعاد و زمینه‌ها باخته‌اند. اگر چند نفر از کوه یا صخره‌ای بالا بروند، یعنی ۸۵ میلیون از جاهای پایین رفته‌اند و اگر عده‌ای برای ورود به هتل زیادی جوگیر شوند و شیشه یا دری بشکنند، دیگر تمام است و تمدن کوروش و داریوش و هخا و خوششوره، تلنگش درآمده و دیگر هیچ راهی باقی نمی‌ماند!

با عرض احترام و معذرت و کسب اجازه از این عزیزان، با فرمایشاتی که مطرح کرده‌اند مخالفم. مخالفت من از این باب نیست که دویدن مردم دنبال اتوبوس یا تپه‌نوردی آن چند عزیز دارای آمادگی بدنی بالا و همچنین شکاندن یا یکاندن در و دیوار هتل، امر بسیار خوبی بوده. مشخصاً پاسخ منفی است و هر عقل سلیمی این نوع رفتارهای جزوه و تابع جو و تب تند هواداری را تأیید نخواهد کرد. با این همه باید یادآوری کرد که تعبیر فروپاشی فرهنگ یک ملت به علت رفتار چند هزار نفر کاملاً غلط است، حتی اگر اینجا از کشورهای کم جمعیت حاشیه خلیج فارس بود هم رفتار دو، سه هزار نفر را نباید به پای کل آن ملت نوشت. می‌شود این نوع رفتارها را تحلیل کرد و اما تقییح کردنش به این گستردگی و صدالبته تعمیم دادنش به ۸۵ میلیون جمعیت، منصفانه به نظر نمی‌رسد.

بباید کمی با هم درمورد آنچه رخ داد صحبت کنیم.

اول اینکه هرکسی که برای تماشا می‌رود رونالدو رفت، چه او را دید و چه ندید، چه از صخره و تپه بالا رفت یا نرفت، چه از فرصت استفاده کرد و فالووری گرفت یا نگرفت یا دیده شد یا نشد یا به خواسته‌اش رسید یا نرسید، نوش جانش. بزرگ‌ترین ستاره فوتبال به ایران آمده و این نوع رفتار، آنقدرها که دوستان می‌فرمایند نه عجیب است و نه تیزاب به محکوم شدن دارد. رونالدو یکی از بزرگ‌ترین فوق ستاره‌های تاریخ فوتبال است و همین حالا هم یکی از پردرآمدترین‌ها و طبیعتاً یکی از پرفالوورترین ستاره‌های شبکه‌های اجتماعی. برای دو دهه این آدم افتخارات را دو کرده و به موفقیت‌هایی رسیده که برای خیلی از ورزشکاران بزرگ حتی قفل است. اینکه دو، سه هزار نفر به استقبالش بروند اصلاً عجیب نیست. من روزنامه‌نگار یادم هست چند برابر همین جمعیت به فرودگاه مهرآباد آمده بودند تا از حسین رضازاده که قهرمان جهان شده بود، استقبال کنند. تازه آن موقع شبکه‌های اجتماعی هنوز در بدو تولد بودند و شاید به زور فیسبوکی چیزی درحال قد علم کردن بود. یادم نمی‌رود رضازاده را با چه بدختی و بیچارگی و مصیبتی از ورزشگاه بیرون کشیدند تا تلافی به خانواده‌اش برسد. یادم نیست برای اسکار گرفتن اصغر فرهادی که بازگشتش به ایران هم همین اندازه فرودگاه شلوغ شد یا نه، اما یادم هست تیم ملی در زمان بلازویچ چه می‌برد و چه می‌باخت، همیشه چند هزار مستقبل در فرودگاه مهرآباد داشت که می‌خواستند با آن مرحوم و آن همه ملی‌پوش معروف، مکسی به یادگار بگیرند. مردم دوست دارند از چهره‌های محبوب استقبال کنند. برای رونالدو دو تا سه هزار مستقبل اصلاً زیاد نیست!

گله می‌شود چرا مردم دنبال اتوبوس دیده‌اند. حق دارید نباید می‌دیدند. منتها مسئولانی ندارند که سکویی تدارک ببینند و مردم دوطرفش بايستند و برای اتوبوس درحال حرکت دستی تکان بدهند و خلاص. مردمی که سازماندهی نمی‌شوند، رفتار سازماندهی شده‌ای نیز از خود به نمایش نمی‌گذارند. از مسئولان باید گله کرد که چرا حواس شان به چنین جزئیاتی نبوده و نیست. هیچ وقت هم نیست. سر مردم چیزی را خراب نکنید. گله‌ای هست از مدیران داشته باشید.

چندی پیش بود که دعوت یک یوتیوبر آمریکایی، نیویورک، کعبه آمال دوستان روشنفکر را چنان به لرزه درآورد که هنوز یادآوری خاطراتش لرزه به تن رئیس پلیس این شهر می‌اندازد. او تصمیم گرفت به طرفداراش یک کنسول بازی هدیه بدهد. بنابراین فراخوانی گذاشت و از هوادارانش خواست در یکی از میداین شهر جمع شوند. نتیجه فاجعه‌بار بود. حضور پرتعداد مردم و دعوای بر سر دستگاه‌های محدود، علاوه‌بر شکسته شدن شیشه بسیاری از مغازه‌ها و آسیب به اموال عمومی و خصوصی به بازداشت نزدیک صد نفر منجر شد. آنجا کسی فریاد مرگ ارزش‌های آمریکایی و نابودی فرهنگ را سر نداد که چرا برای یک دستگاه کنسول چندصد دلاری، چهره شهری در آمریکا باید در شبکه‌های اجتماعی مخدوش شود. در همه جا آدم جوگیر پیدا می‌شود. باور کنید این عزیزان همه جا حضور دارند.

فقر فرهنگی داریم؟ احتمالاً داریم. می‌خواهیم مطمئن شویم؟ بله. تیزر کتاب‌ها را بررسی کنیم. وضعیت رفتار شهروندان با فرودستان را مورد تحقیق قرار دهیم. ببینیم میزان دستیابی کودکان فقیر به وسایل آموزشی رایگان چگونه است. فقر فرهنگی را با هر چیزی نمی‌توان سنجد. دویدن تعدادی هوادار دنبال یک اتوبوس، دلیلی برای فقر فرهنگی یک جامعه نیست. تیزر کتاب‌ها اما دلیل خوبی است. وضعیت کتابخانه‌های عمومی می‌تواند ملاکی برای مطالعه و پژوهش باشد. اینکه چند نفر از یک دیواره خاکی بالا بروند می‌تواند ملاکی برای سنجش آمادگی جسمانی باشد نه فقر فرهنگی!

فقر سرگرمی داریم. فقر چهره‌های بزرگ داریم. فقر عادی شدن حضور چهره‌های بزرگ ورزشی در ایران را داریم. بحثی نیست اما آدرس درستی نیست اگر دویدن تعدادی هموطن دنبال یک اتوبوس را به چیزهایی ربط بدهیم که به عقل جن هم نرسد.

این مورد را زیاد می‌بینید. مثلاً سلبریتی شاید در طول سال پنج بار کنسرت بگذارد. بقیه سال هوادار از طریق رسانه و امر واسط با او ارتباط برقرار می‌کند. کنسرت آن بزنگاه است که اجازه می‌دهد شما بتوانید او را از نزدیک حس کنید. حس حضور حس خاصی است که برای هوادار قابل توصیف نیست.» اتفاقی که مقابل هتل اسپیناس پالاس هم رخ داد هم این تئوری حس حضور را توصیف می‌کند. بادین‌فکر در این باره می‌گوید: «در راستای تئوری کم کردن فاصله با واسطه، این سوره ۲۰ ساله که با او گفت‌وگو کردم، می‌گفت من الان دوست داشتم ۲۰ دقیقه کنار یا رویه‌روی رونالدو می‌نشستم و با او حرف می‌زدم، گفتم خب به او چی می‌گفتی؟ گفت بین اصلا هم نیست من چی می‌گفتم شنیدید که می‌گویند مثلاً تو با یک آدم بزرگ رفت‌وآمد کنی، شبیه خود او می‌شوی؟ من احساس می‌کنم اگر با او دم‌خور بودم من هم مانند او بزرگ می‌شدم و حس خوبی پیدا می‌کردم. چیزی که در این حضور مطرح بود، کمتر معطوف به دیده شدن سوره هوادار بود. درخصوص علت حضورشان خیلی‌ها مانند این سوره می‌گفتند کمترین چیز این بود که اگر من رونالدو را می‌دیدم می‌رفتم برای بچه‌محل‌هایم تعریف می‌کردم، این کمترین چیزی بود که من امروز به آن رسیدم. یک عده این‌طور آمده بودند و یک عده هم آمده بودند که ببینند اصلاً چه خبر است. یعنی مثلاً از یک جوی آمدند. هوادار سینه‌چاک نبودند اما می‌خواستند ببینند چه خبر است اصلاً. عمدتاً هم من آقا پسر دیدم و خانم کمتر بود.»

استقبال از چهره‌ها مخصوص ایران نیست

با حضور رونالدو در ایران و استقبال مردم از او، برخی این اتفاق را حاکی از فقر فرهنگی دانسته و موضوع خودتحقیری تحلیل کردند اما مساله این است که رفتارهای هوادارانه اینچنینی در همه جای دنیا و در موارد متعدد مواجهه با سلبریتی‌های حوزه‌های متفاوت وجود دارد. بادین‌فکر هم این اتفاق را در حوزه سلبریتیزو شدن فرهنگ عادی دانست ولی وجه تمایز برای این مواجهه در ایران قابل بود: «خیلی‌ها معتقدند که این مساله هواداری در کل دنیا وجود دارد، رونالدو جاهای دیگری از دنیا هم رفته و استقبال‌های مشابهی از او شده است. این صحبت‌ها درست است. پدیده هواداری یک پدیده جهانی است، یعنی ذیل کنش‌های مطالعات جهانی شدن فرهنگ بررسی می‌شود. اما یک تفاوت‌هایی البته در ایران وجود دارد. اگر بخواهم با توجه به استقبال از رونالدو بحث کنم باید بگویم برای آن جوان ۲۰ ساله، این فضا هیچ وقت دست‌یافتنی نبوده است. در فرانسه برای استقبال از رونالدو شلوغ می‌شود، مردم آنجا تجربه حضور چهره‌های سلبریتی جهانی را دارند و در آنجا مساله تازه و پیچیده نیست. اما به هم در خود فرانسه بازی کرده است. تیمار هم آنجا بازی کرده و مردم سلبریتی‌های بین‌المللی را دیده‌اند. اما اینجا انگار برای اولین بار بود که یک چهره و سوپرستار بین‌المللی را می‌دیدند. گمان می‌کردند همین یکبار هم خواهد بود و تمام. یعنی یک پنجره بسیار محدود برای کم کردن واسطه خودشان با سلبریتی‌ها بود. به هر حال شما اگر در غرب باشید، آدم‌های مختلف و سلبریتی‌های مختلف را می‌توانید ببینید اما در ایران این یک حسی است که به گفته‌ای این جوان تأمین نمی‌شود. انگار عربستان این لطف را به ما کرده که رونالدو را برای ما آورده است.»

تدبیر فرهنگی تهدید را به فرصت تبدیل می‌کند

حضور چهره و سلبریتی بین‌المللی در ایران یک سری فرصت‌ها و ظرفیت‌هایی را برای ما فراهم می‌کند که ما با تدبیر بیشتر و سیاستگذاری فرهنگی می‌توانیم از آن استفاده کنیم. وقتی پدیده هواداری در همه جهان امری طبیعی و معمول است، این مدل استقبال از رونالدو قابل پیش‌بینی بود. در این رابطه بادین‌فکر ایده جالب فرصت‌سازی و بهره‌مندی از این اتفاق را این‌طور طرح می‌کند: «ما باید به این فکر کنیم که در ایران پنجره‌های اوقات فراغت و حس رسیدن به یک سری آرزوها محدود است. پیش‌بینی این رخداد هم خیلی واضح بود. به نظر من سیاستگذاران فرهنگی ما حداقل باید به این موضوع فکر کنند. من که این مدل مواجهه مردم را دیدم، به این فکر کردم که واقعاً نمی‌شد مسئولان فرهنگی ما فکری برای این کار بکنند؟ این بازی بدون نامشاکر بود و این همه هوادار وجود دارد. ما می‌توانستیم با باشگاه النصر یا سفارت عربستان که حالا روابط خوبی هم داریم، یک برنامه‌ای تدارک ببینیم. رونالدو بیشتر در ایران می‌ماند. نشست خبری برگزار می‌کردند. اگر مردم او را می‌دیدند، استقبال بی‌شک آبرومندانه‌تر می‌شد، این‌طور روی تپه رفتن و دویدن پشت اتوبوس او حس توده‌وار منتقل می‌کرد که برای اهالی فرهنگ به شدت ناراحت‌کننده بود. می‌شد یک برنامه در شان برگزار کرد که هواداران هم او را ببینند. شما با یک سلبریتی ستاره بین‌المللی در دنبال‌کننده مواجهید. ترتیب دادن یک مراسم رسانه‌ای در شان او و مردم ایران باعث می‌شد که ما به لحاظ فرهنگی و قدرت نرم هم که حالا در دنیا ضعف داریم، انزوایمان را برطرف کنیم. ارتباط فرهنگی با یک شخصیت بین‌المللی که مثلاً در اینستاگرام دنبال‌کننده است و دیده شدن این موضوع توسط دنیا می‌توانست ما را از منظر دیپلماتیک هم تقویت کند. واقعاً اینکه ما یک فرش به رونالدو بدهیم، درست است که ما هدیه‌ای به او دادیم اما شما می‌توانستید از حضور یک چهره حالا به واسطه باشگاه دیگر، بهترین بهره را ببرید. هم مردمت بهره‌مند می‌شدند هم سیاستگذاری و کشورت. یعنی تصویر ملی ما در دنیا تقویت می‌شد.»

حالا شاید این استقبال و حواسی آن برای اهالی فرهنگ اندکی مذموم و ناراحت‌کننده باشد اما اتفاقی است که می‌تواند برای تجربیات بعدی پیش‌فرض‌های واضح‌تری را رقم بزند. با این تجربه، برای دفعات بعدی می‌شود تدبیری اندیشید و برای چهره‌های دیگری مانند تیمار که به تهران می‌آیند، اجرا کرد.

فرهنگ‌یگان

فقر فرهنگی

چهارشنبه ۲۹ شهریور ۱۴۰۲
شماره ۳۹۶۳
www.fdn.ir

FARHIKHTEGANDAILY

۷