

باشگاه فوتبال



بارسلونا

تاریخ، سیاست و هویت

مترجمان:

دکتر عبدالله رسایی راد

دکتری مدیریت ورزشی

دکتر عابد محمودیان

دکتری مدیریت ورزشی

جیم اوبراین

خاویر گینستا

جوردی دسان اوینیو

ویراستار علمی:

حاجی رضا درویش پور

دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی

۸	نویسندگان
۱۱	پیشگفتار
۱۵	مقدمه
۲۵	بخش اول: تاریخ و فرهنگ سیاسی
۲۶	فصل ۱: باشگاه بارسلونا، فوتبال، سیاست و فرهنگ
۵۱	فصل ۲: تبدیل باشگاه بارسلونا از «یک باشگاه» به یک برند جهانی
۷۰	فصل ۳: باشگاه بارسلونا، حکمرانی، دموکراسی و انگیزه تجاری
۹۷	فصل ۴: سیاست ریاست در بارسلونا و قدرت در کاتالونیای معاصر
۱۲۰	فصل ۵: سیاست، هویت، سرمایه‌داری و آرزو
۱۴۳	بخش دوم: رسانه، فرهنگ و هویت
۱۴۴	فصل ۶: فولکور، روایت و فراروایت‌ها
۱۶۴	فصل ۷: باشگاه بارسلونا و نمایندگی‌های رسانه‌ای
۱۸۴	فصل ۸: نگاهی تاریخی به فرهنگ هواداران در باشگاه بارسلونا
۲۰۲	فصل ۹: باشگاه بارسلونا و ارتباطات دیجیتال در قرن بیست‌ویکم

۲۲۸	بخش سوم: برندها و کالاها
۲۲۹	فصل ۱۰: مطالعه باشگاه بارسلونا به عنوان یک سازمان شرکتی
	فصل ۱۱: دیپلماسی ورزشی و برندسازی مکان‌های ورزشی در کلان
۲۵۱	شهرها، مکان‌های ملی و بین‌المللی
۲۷۲	فصل ۱۲: باشگاه بارسلونا و سوپرلیگ اروپا
۲۸۳	بخش چهارم: باشگاه بارسلونا و بازارهای بین‌المللی آن
۲۸۴	فصل ۱۳: لیونل مسی به عنوان برند جهانی
۳۰۵	فصل ۱۴: باشگاه بارسلونا و بازارهای خاورمیانه، چین و آسیا
۳۲۶	فصل ۱۵: باشگاه بارسلونا در ایالات متحده
۳۴۹	فصل ۱۶: باشگاه بارسلونا و آفریقا
۳۷۰	نتیجه‌گیری؛ باشگاه کاتالان یا یک ابر قدرت جهانی؟



باشگاه فوتبال بارسلونا

این پژوهش، اولین مطالعه عمیق و مهم در مورد باشگاه فوتبال بارسلونا (که به بارسا نیز شهرت دارد) است. این باشگاه یکی از باشگاه‌های بزرگ فوتبال جهان محسوب می‌شود و در این کتاب به ابعاد تاریخی، سیاسی، فرهنگی و تجاری آن پرداخته است. کتاب توضیح می‌دهد چگونه باشگاه بارسلونا از آغاز فعالیت خود به‌عنوان یک سازمان ورزشی کوچک در بارسلونا در سال ۱۸۹۹، به یک غول معاصر تبدیل شده که نه تنها فوتبال را شکل داده، بلکه فراتر از آن نیز عمل کرده است. همچنین کتاب به بررسی تأثیر جهانی‌سازی، هویت فرهنگی و ایدئولوژی سیاسی بر توسعه بارسا می‌پردازد و نشان می‌دهد چگونه این پدیده به ما کمک می‌کند تا نیروهای مؤثر بر جوامع جهانی را بهتر درک کنیم. این کتاب محققانی از سراسر جهان را گرد هم آورده تا موضوعات کلیدی مانند حکمرانی، سیاست‌های منطقه‌ای و ملی، روایت‌ها، هواداران، رسانه‌های دیجیتال، برندینگ، تجاری‌سازی و دیپلماسی ورزشی را تحلیل کنند. همچنین مسائلی مانند فاجعه سوپرلیگ اروپا و ظهور لیونل مسی به‌عنوان یک نماد جهانی را مطرح می‌سازد. این مطالعه شامل فصل‌هایی است که به اهمیت باشگاه بارسلونا در مناطق مختلف دنیا، از جمله آمریکای لاتین، ایالات متحده، آفریقا و شرق آسیا می‌پردازد. این کتاب به‌عنوان یک پژوهش روشنگر و چندرشته‌ای درباره بارسا، برای هر کسی که به فوتبال، سیاست و فرهنگ کاتالونی، تاریخ، سیاست، فرهنگ و تجارت ورزش علاقه‌مند بوده، ضروری است.

جیم اوبرایان یک نویسنده و پژوهشگر مستقل است که به تازگی به‌عنوان استاد مهمان در دانشگاه ویک (دانشگاه مرکزی کاتالونیا در اسپانیا) فعالیت

خود را شروع کرده است. زمینه تحقیقاتی او بر فوتبال، سیاست و فرهنگ در اسپانیا و آرژانتین متمرکز بوده و یکی از بنیان‌گذاران گروه اسپرینگ^۱ (شبکه تحقیقات بین‌المللی ورزش و سیاست) است.

خاویر جینستا استادیار دانشگاه ویک است. پژوهش‌های او بر مدیریت ورزش، ارتباطات و سیاست و برندسازی مکان‌های ورزشی تمرکز دارند. او به‌طور منظم به‌عنوان کارشناس در زمینه ورزش و سیاست با رسانه‌های مختلف همکاری می‌کند و عضو گروه پژوهشی تی.آر.ای.سی.تی^۲ (ترجمه صوتی تصویری، ارتباطات و سرزمین) در دانشگاه ویک نیز بوده و همچنین یکی از بنیان‌گذاران شبکه تحقیقات اسپرینگ است.

جوردی دسان اوچنیو استاد تمام دانشگاه ویک است. علایق پژوهشی او شامل برندسازی مکان، دیپلماسی عمومی، ارتباطات زیست‌محیطی و جغرافیای انسانی است. او نیز عضو گروه پژوهشی تی.آر.ای.سی.تی در دانشگاه ویک است.

- **دیوید ال. آندروز**، استاد مطالعات فرهنگی فیزیکی در دپارتمان کینزیولوژی دانشگاه مریلند، ایالات متحده است.
- **جوردی بادیا پریا**، خبرنگار و استادیار روزنامه‌نگاری در دانشگاه بارسلونا اسپانیا و مدیر ارتباطات باشگاه فوتبال بارسلونا از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۸ بوده است.
- **پائولا بیانچی**، استاد علوم ورزشی در دپارتمان عملکرد حرکتی و ورزشی دانشگاه سویا در اسپانیا است.
- **ریمونید بویل**، استاد ارتباطات و مدیر مرکز تحقیقات سیاست فرهنگی دانشگاه گلاسگو در بریتانیا است.
- **اوا بربا فرانچ**، استاد و محقق برنامه‌ریزی رسانه‌ای در دانشگاه خاومه اول کاستلو در اسپانیا است.
- **مانتسه کوریوس**، استادیار زبان، رسانه و جنسیت در دانشگاه ویک در اسپانیا است.
- **خوان اسکوتلیس**، استادیار تاریخ در دانشگاه ویک و دانشگاه آزاد کاتالونیا در اسپانیا است.
- **ناهول ایوان فایدو**، فارغ‌التحصیل ارتباطات اجتماعی و پژوهشگر پسادکتر در زمینه رسانه و جنسیت در دانشکده کسب و کار و ارتباطات دانشگاه ویک در اسپانیا است.
- **کریستینا فرناندز روویرا**، استاد مطالعات رسانه و ارتباطات سیاسی در دانشگاه ویک در اسپانیا است.
- **سانتیاگو گیرالدو لوکه**، استادیار روزنامه‌نگاری دانشگاه بارسلونا در اسپانیا است.

- **فرناندو گوتیرز چیکو**، پژوهشگر پسادکتری در انسان‌شناسی ورزشی در دانشگاه سالامانکا در اسپانیا بوده و بورسیه «مارگاریتا سالاس» را از وزارت دانشگاه‌های اسپانیا دریافت کرده است.
- **شان هامل**، استاد ارشد در دانشکده کسب و کار بیرکبک در دانشگاه لندن، بریتانیا و مدیر مرکز کسب و کار ورزشی بیرکبک است.
- **آلبرت جونکا پوجول**، استادیار جامعه‌شناسی ورزش در دانشگاه ویک در اسپانیا است.
- **جما لیبو مورا**، استادیار ارتباطات در دانشگاه مالاگا در اسپانیا است.
- **جواکین مارین موتین**، استاد مطالعات فیلم و رسانه در دپارتمان ارتباطات سمعی و بصری و تبلیغات دانشگاه سویا در اسپانیا است.
- **رائول مارتینز-کورکورا**، استاد مطالعات رسانه در دانشگاه ویک در اسپانیا است.
- **ماکس مائورو**، نویسنده و استاد روزنامه‌نگاری ورزشی در دانشگاه بورنموث در بریتانیا است.
- **سانتیاگو مایورگا-اسکالادا**، استادیار برندسازی و بازاریابی دیجیتال و مدیر برنامه تحصیلات تکمیلی در بازاریابی دیجیتال در دانشگاه ایزابلا در اسپانیا است.
- **کارلوس پولرو مندز**، پژوهشگر همکار در دیپلماسی ورزشی و حکمرانی در کالج بین‌المللی فوتبال دانشگاه تنگجی در چین است.
- **انریک اوردیچ**، رئیس مدرسه کسب و کار دانشگاه بارسلونا در اسپانیا و قبلاً رئیس واحد علوم اجتماعی باشگاه بارسلونا بوده است.
- **گرگوری پین**، رئیس دپارتمان مطالعات ارتباطات در کالج امرسون

در بوستون در آمریکا و همچنین مدیر مشترک مرکز ارتباطات جهانی امرسون بلانکرنا است.

▪ **جوئل رُوک وود**، مدرس و کارگردان دوره مدیریت ورزش و تمرین در دانشگاه کالج دوبلین در ایرلند است.

▪ **گیلرمو ساناهویا پریس**، مدرس و پژوهشگر در رشته ارتباطات ورزشی در دانشگاه خیوه در کاستلو در اسپانیا و مسئول مدرسه آموزش ورزش در این دانشگاه نیز است.

▪ **کارلس سانتاکانا تورس**، استاد تاریخ معاصر در دپارتمان تاریخ و باستان‌شناسی دانشگاه بارسلونا در اسپانیا است.

▪ **فرانچسک سولا نلاس**، استاد مدیریت ورزشی در دانشگاه بارسلوناست و مدیر چندین برنامه ملی و بین‌المللی مانند مسگو - یوفا، مموها (کمیته بین‌المللی المپیک و یوفا) است.

▪ **ماریان واکزی**، استادیار مطالعات ایالت باسک و مردم‌شناسی در دانشگاه نوادا در رینو در آمریکا است.

▪ **کارلس ویناس**، مدرس برنامه سررا هانتر در تاریخ معاصر در دانشگاه بارسلونا در اسپانیا است.

▪ **براندون والاس**، دانشجوی دکتری در گروه پژوهشی مطالعات فرهنگی فیزیکی در دپارتمان کینزیولوژی دانشگاه مریلند در آمریکا است.

▪ **ایوان ویلیامز**، مدرس روابط عمومی و رسانه در دانشگاه سوانسی در بریتانیا و قبلاً رئیس رسانه، برند و دموکراسی الکترونیکی در مجمع ملی ولز بوده است.

▪ **جونین یانگ**، نیز دانشجوی دکتری در گروه پژوهشی مطالعات فرهنگی فیزیکی در دپارتمان کینزیولوژی دانشگاه مریلند در آمریکا است.

کارلس سانتاکانا تورس

چطور می‌توان یک باشگاه فوتبال با بیش از یک قرن تاریخ و به‌عنوان یک مرجع مهم در ورزش جهانی را تحلیل کرد؟ آیا باید به‌صورت محلی یا جهانی به آن نگاه کنیم، به‌عنوان یک مورد منحصر به فرد یا یک مطالعه موردی ساده در صنعت فوتبال؟ باید جنبه‌های تجاری ورزش یا هویت خاص برند آن را در اولویت قرار دهیم؟ این‌ها مواردی هستند که پس از مطالعه این کتاب به ذهن می‌آیند. این کتاب به این سوالات در عصر حاضر پاسخ می‌دهد و همزمان به سفر تاریخی قبل از جهانی شدن نیز پرداخته است. من نتیجه‌گیری خود را بیان نمی‌کنم تا خواننده تشویق به خواندن تمام فصل‌ها و استخراج نتیجه‌گیری‌های خود شود. نویسندگان شایسته این توجه هستند و متون نوشته‌شده توسط کارشناسان با سابقه اجتماعی قوی در ورزش و انتشار در مجلات معتبر را ارائه می‌دهند. این اثر از دیدگاه‌های مختلف علمی از جمله ارتباطات، انسان‌شناسی، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی و تاریخ، به‌صورت بین‌رشته‌ای بررسی می‌شود. این کتاب تنها جمع‌آوری مطالعات مرتبط نیست، بلکه ویراستاران موفق شدند متون را در جریان گفت‌وگو دسته‌بندی کنند و در چهار بخش به‌همان سوالات اساسی پاسخ دهند. همچنین، برهم‌گرایی بین متخصصان محلی و محققان خارجی تأکید می‌شود. مشارکت محققان خارجی نشان‌دهنده اهمیت بین‌المللی باشگاه بارسلونا و ارتباط آن با ویژگی‌های خاص و نقش آن در تکامل صنعت فوتبال است.

از منظر محلی، با وجود اهمیت بارسلونا در جامعه معاصر کاتالان، تا به حال مطالعات دانشگاهی اندکی در این زمینه انجام شده‌اند. اگرچه این کتاب به نشریات زیادی اشاره می‌کند، بسیاری از آنها نتیجه‌های یادبودی یا روزنامه‌نگاری محدود هستند که اطلاعاتی ارائه می‌دهند اما تحلیل کمی دارند. به‌ویژه در رشته‌های تاریخ، جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی، مطالعات دانشگاهی معتبری درباره بارسلونا به زبان کاتالانی و اسپانیایی وجود ندارد. استفاده تبلیغاتی از ورزش توسط رژیم فرانکو (۱۹۳۹ - ۱۹۷۵) سبب شد نخبگان محلی ورزش را به دیکتاتوری گره بزنند و آن را افیونی برای تضعیف فعالیت‌های مخالف بدانند. این امر موجب گردید جهان دانشگاهی به‌طور چشمگیری از مطالعه ورزش از دیدگاه اجتماعی فاصله بگیرد. این تغییرات می‌تواند توضیح‌دهنده تأخیر در مطالعات دوره‌ای باشد که باشگاه به‌عنوان یک مرجع محلی شناخته می‌شد و بیشتر بر کاتالونیا و به‌طور کمتری بر اسپانیا متمرکز بود. این کمبودهای تحلیلی برای مدت طولانی ادامه داشت، حتی برگزاری بازی‌های المپیک ۱۹۹۲ در بارسلونا نتوانست آن را به‌طور رادیکالی تغییر دهد. اما از آغاز قرن بیست و یکم، وضعیت تغییر کرد. ورزش به آرامی وارد متون آکادمی شد و همزمان با جهانی‌شدن فوتبال حرفه‌ای، محققانی از رشته‌های مختلف جذب این حوزه شدند و دیدگاه‌های تاریخ‌نگاران را روزآمد کردند. از خواننده می‌خواهم این انحراف را درک کند؛ زیرا برای فهم ارزش این کتاب، به‌ویژه برای مخاطبان انگلو-ساکسون و همچنین عرصه دانشگاهی محلی، ضروری است. مطالعات در زمینه ارتباطات، به‌خصوص از آنجایی که در تقاطع مفاهیم هویت و برند قرار دارند و عناصر مرتبط با ریشه‌های باشگاه را با موقعیت آن در فوتبال جهانی مورد بحث قرار می‌دهند، تأثیر مشخص و غیرقابل انکاری دارند.

تفسیر معنای یک باشگاه، مانند بارسلونا، همواره تحت تأثیر عوامل