

رسول نظری، دانشیار مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اصفهان در گفت‌وگو با «ایران»:

چرا دیگر اسطوره‌ها ماندگار نیستند؟

اسطوره‌شدن فراتر از سازوکارهای

آموزشی و استعدادیابی است



عکس : سایت فرانسویوزیرانژداری

پرسا غفاری / اسطوره‌های ورزشی فراتر از مرزهای رقابت و کسب

پیروزی، به نماد‌هایی از تلاش، امید و اراده انسانی بدل شده‌اند؛ چه‌رهایی که نه تنها در عرصه ورزش، بلکه در ذهن و زیست اجتماعی مردم نیز حضوری ماندگار و اثرگذار دارند. این افراد با مسیر زندگی و دستاوردهای خود، ارزش‌هایی همچون پشتکار، نظم و باور به توانایی‌های فردی را به نسل‌های مختلف منتقل کرده و در شکل دهی به هویت جمعی و تقویت همبستگی اجتماعی نقشی غیرقابل انکار

از دیدگاه شما «اسطوره‌ورزشی» در جامعه ایران چه‌تعریفی دارد و چه تفاوتی با «قهرمان ورزشی» دارد؟

در ادبیات ورزشی، «قهرمان» و «اسطوره» دو مفهوم مهم‌پوشان اما متمایز هستند. قهرمان ورزشی کسی است که در سطح فنی و رقابتی به بالاترین درجات دست پیدا می‌کند؛ رکوردی را می‌شکند، مدال‌های ملی، جهانی یا المپیکی کسب می‌کند و در رشته خود به عنوان فردی پرتز شناخته می‌شود. اما «اسطوره ورزشی» مفهومی فراتر از موفقیت صرف ورزشی است. اسطوره کسی است که علاوه بر توانایی‌های فنی، در حافظه جمعی جامعه ماندگار می‌شود و به یک الگوی فرهنگی، اجتماعی و حتی اخلاقی تبدیل می‌گردد. اسطوره‌ها معمولاً حامل ارزش‌هایی هستند که فراتر از ورزش تعریف می‌شود؛ ارزش‌هایی مانند صداقت، وفاداری، ظلم‌ستیزی، کمک به دیگران و زیست اخلاقی. در واقع می‌توان گفت قهرمان الزاماً «پهلوان» نیست، اما پهلوانی می‌تواند هم‌زمان قهرمان نیز باشد. اینجاست که بعد اخلاقی و اجتماعی اهمیت پیدا می‌کند.

آیامی‌توان گفت قهرمانان ورزشی

تغییری می‌کنند اما اسطوره‌ها ماندگارند؟

یکی از تفاوت‌های بنیادین میان قهرمان و اسطوره همین است. قهرمانان ممکن

است در طول زمان جای خود را به رکوردشکنان جدید بدهند، اما اسطوره‌ها به دلیل پیوند عمیق با فرهنگ و حافظه جمعی، تکرارشدنی و ماندگار هستند. برای نمونه می‌توان به چهره‌هایی مانند پوریا ولی و غلامرضا تختی اشاره کرد. این افراد صرفاً به دلیل افتخارات ورزشی در ذهن مردم نمانده‌اند، بلکه به واسطه شخصیت اخلاقی، رفتار اجتماعی و جایگاه فرهنگی‌شان به اسطوره تبدیل شده‌اند. حتی درباره تختی می‌توان گفت با وجود کسب چندین مدال جهانی و المپیکی، یکی از مهم‌ترین «مدال‌ها» او محبوبیت و اعتمادی بود که از مردم دریافت کرد.

آیامعیارهای اسطوره‌سازی در ایران با

سایرکشورهامتفاوتت‌است؟

در ایران، اسطوره‌شدن صرفاً یک فرآیند ورزشی یا رسانه‌ای نیست، بلکه امری اجتماعی و تا حدی اقتصادی است. در واقع، از دل جامعه شکل می‌گیرد. در واقع، اسطوره را مردم «تعیین» می‌کنند و تا زمانی که پشتوانه‌ای از اعتماد عمومی و سرمایه اجتماعی نداشته باشد، اساساً نمی‌توان او را اسطوره نامید. در نگاه جامعه ایرانی، اسطوره ورزشی معمولاً باید ویژگی‌هایی داشته باشد؛ از جمله دوری از تجمل‌گرایی، پرهیز از ورود پرچاشیه به سیاست، داشتن زندگی شخصی کم‌حاشیه و برخورداری از صفات اخلاقی برجسته. به همین دلیل اسطوره‌شدن در این فضا بسیار دشوار است. در مقابل، در بسیاری از کشورهای اروپایی و آمریکایی، مفهوم اسطوره بیشتر بر پایه دستاوردهای آماری، رکوردهای تاریخی و تأثیر حرفه‌ای در ورزش تعریف می‌شود. چهره‌هایی مانند مایکل جردن، مایکل فلیس، سرنزا ویلیامز، یوسین بولت و لیونل مسی عمدتاً به دلیل شکستن مرزهای فنی و ثبت رکوردهای بی‌سابقه به عنوان اسطوره شناخته می‌شوند. در این فضا حتی ثروت، سبک زندگی و برند شخصی نیز بخشی از این اسطوره‌سازی محسوب می‌شود.

نقش‌سیاست‌ورسانه‌در شکل‌گیری

یافرانموشی اسطوره‌هاچگونه‌ارتزایی می‌کنند؟

نمی‌توان نقش سیاست و رسانه را نادیده گرفت. در ایران، به دلیل وجود برخی ساختارها و حساسیت‌های اجتماعی، تصویر ورزشکاران تنها در چهارچوب عملکرد ورزشی شکل نمی‌گیرد، بلکه رفتار اجتماعی، مواضع عمومی و حتی سبک زندگی آنان نیز در ساخت یا تخریب جایگاه‌شان مؤثر است.

از سوی دیگر، ورود به عصر رسانه‌ای و دیجیتال باعث شده که اسطوره‌ها بیش از گذشته در معرض قضاوت لحظه‌ای قرار بگیرند. در چنین فضایی، حتی کوچک‌ترین حاشیه‌ی می‌تواند بر تصویر عمومی یک ورزشکار تأثیر بگذارد و فرآیند اسطوره‌شدن یا ماندگاری آن را شکنندتر کند.

آیامی‌توان گفت‌مفهوم «پهلوانی» در

ایران‌همچنان در اسطوره‌سازی نقش دارد؟

مفهوم پهلوانی همچنان یکی از عناصر مهم در شکل‌گیری اسطوره‌های ورزشی در ایران است. پهلوانی در فرهنگ ایرانی صرفاً قدرت بدنی نیست، بلکه ترکیبی از جوانمردی، اخلاق‌مداری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی

است. پهلوانی در فرهنگ ایرانی صرفاً قدرت بدنی نیست، بلکه ترکیبی از جوانمردی، اخلاق‌مداری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی است. پهلوانی در فرهنگ ایرانی صرفاً قدرت بدنی نیست، بلکه ترکیبی از جوانمردی، اخلاق‌مداری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی

آیاءعصر دیجیتال مفهوم

«اسطوره‌ورزشی» را تغییر داده‌است؟

بله، شبکه‌های اجتماعی و در ادامه ورود هنش مصنوعی، باعث شده‌اند رفتار و زندگی قهرمانان در معرض دآوری دائمی افکار عمومی قرار گیرد؛ آن هم اغلب در شرایطی که «سواد رسانه‌ای» کافی وجود ندارد.

این فضا یک دوگانه افراطی ایجاد کرده است: یا یک ورزشکار به سرعت تا جایگاه «ستاره» بالا برده می‌شود، یا در گونه‌ترین زمان از اوج به فرود می‌رسد. در واقع، روایت دیجیتال می‌تواند یک قهرمان را به آسمان ببرد یا به زمین بریزد. در ایران نیز به دلیل تداوم برخی ساختارها و ذهنیت‌های سنتی، اسطوره‌ها کمتر در متن کامل عصر دیجیتال زیست می‌کنند، اما در هر صورت قهرمانان امروز ناگزیرند در معرض اثرات مثبت و منفی این فضا قرار بگیرند.

چه‌مؤلفه‌هایی باعث می‌شودیک

ورزشکار از سطح قهرمان به سطح

اسطوره ارتقا‌یابد؟

نخستین و مهم‌ترین مؤلفه، «توان فنی و استمرار قهرمانی» است. قهرمانی صرف کافی نیست؛ بلکه تداوم در اوج اهمیت دارد.

برای مثال، ورزشکاری مانند حمید سوریان، با سال‌ها حضور پایدار در سطح اول و خداحافظی در اوج، واجد این ویژگی است. مؤلفه دوم، «شکست‌ناپذیری نمادین» است. برخی قهرمانان در ذهن جامعه چنان تثبیت می‌شوند که شکست برای‌شان قابل تصور نیست.

به عنوان نمونه، حسن یزدانی با کارنامه‌ای درخشان و تعداد بالای مدال‌های جهانی و المپیک، چنین تصویری ساخته بود؛ اما شکست او مقابل دیوید تیلور، یک «شکست نمادین» تلقی شد، نه صرفاً یک باخت ورزشی. این نوع شکست‌ها به دلیل بار عاطفی و ذهنی‌ای است که قهرمان در جامعه ایجاد کرده‌اند.

«روایت رسانه‌ای» است. رسانه‌ها با برجسته‌کردن سختی‌ها، مسیر رشد و فرار و فرود زندگی ورزشکار، او را به یک شخصیت الهام‌بخش تبدیل می‌کنند.



می‌کند و در برخی موارد، این القاب به بخشی از هویت عمومی ورزشکار تبدیل می‌شود.

نقش شبکه‌های اجتماعی در

اسطوره‌سازی ورزشکاران چیست؟

شبکه‌های اجتماعی نقش گسترده‌ای در عین حال ناپایداری در اسطوره‌سازی دارند. این فضا به دلیل سرعت بالای انتشار محتوا می‌تواند در مدت کوتاهی یک ورزشکار را به اوج محبوبیت برساند، اما همان قدر هم می‌تواند باعث سقوط سریع تصویر او شود. به همین دلیل، شبکه‌های اجتماعی مانند یک مشمشیر دولبه عمل می‌کنند. اگر

ورزشکار یا جامعه فاقد سواد رسانه‌ای باشد، این فضا می‌تواند تصویرهای غیرواقعی، هیجانی یا متناقض از ورزشکار ایجاد کند و مسیر اسطوره‌شدن را تحت تأثیر قرار دهد.

آیاءعملکرد ورزشی مانندمدال آوری و

رکوردشکنی برای اسطوره‌شدن کافی است؟

عملکرد ورزشی شرط لازم برای قهرمان شدن است، اما به تنهایی کافی نیست. بدون شک مدال آوری و رکوردشکنی پایه اصلی شهرت یک ورزشکار در تشکیل می‌دهند، اما اسطوره‌شدن نیازمند عوامل دیگری نیز هست. رفتار اخلاقی، منش انسانی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، دوری از حاشیه‌ها و پایبندی به ارزش‌های فرهنگی از عناصر مهم در این مسیر هستند. برای مثال، در کنار موفقیت‌های ورزشی تختی، رفتارهای انسانی و کمک‌های اجتماعی او نیز نقش مهمی در تبدیل شدنش به یک اسطوره ماندگار داشت.

شخصیت و رفتار اجتماعی ورزشکار چه نقشی در اسطوره‌شدن دارد؟

شخصیت و رفتار اجتماعی ورزشکار نقش بسیار تعیین‌کننده‌ای در اسطوره‌شدن دارد و در بسیاری از موارد حتی از موفقیت‌های ساختارهای رسمی و حاکمیتی تعریف شده و امکان کنش مستقل کامل برای او وجود ندارد. در نهایت، مسأله اصلی این است که فضای اخلاقی، گفت‌وگو و اعتراض به جامعه‌به‌درستی ساماندهی نشده و همین موضوع زمینه‌ساز سوءتفاهم میان مردم و ورزشکاران می‌شود.

تفاوت اسطوره‌سازی در رشته‌های مختلف ورزشی در ایران چیست؟

فرهنگ ایرانی در شکل‌گیری اسطوره‌های ورزشی نقش بنیادین دارد و می‌توان گفت ورزش ایران از یک «مزیت فرهنگی نسبی» برخوردار است؛ مزیتی که ریشه در فرهنگ پهلوانی، کمک به ناتوانان اخلاقی‌مداری دارد. در تاریخ و ادبیات ما، الگوهای اسطوره‌ای ارستمند و پوریا ولی تا مفاهیم شخصیتی امتداد یافته‌اند. این پیشینه باعث شده است مفاهیمی چون تواضع، جوانمردی و یاری به حریف در ورزش ایرانی به‌عنوان ارزش‌های درونی تلقی شوند.

چرا برخی قهرمانان در حافظه جمعی به اسطوره تبدیل می‌شوند و برخی دیگر، با وجود افتخارات متعدد، در حافظه مردم باقی نمی‌مانند؟

اسطوره‌شدن صرفاً به تعداد مدال‌ها وابسته نیست، بلکه به «تثبیت اجتماعی و فرهنگی» قهرمان بستگی دارد. در تاریخ ورزش ایران، نام غلامرضا تختی به‌عنوان نمونه‌ای برجسته مطرح است؛ شخصیتی که تقریباً اجماع عمومی درباره اسطوره بودن او وجود دارد. در مقابل، بسیاری از قهرمانان بزرگ دیگر، با وجود افتخارات متعدد، در حافظه جمعی ماندگار نشده‌اند.

چه عواملی بیشترین نقش را در افول یا تخریب جایگاه اسطوره‌های ورزشی دارند؟

یکی از مهم‌ترین عوامل، حواشی اخلاقی و قانونی است. اسطوره‌ها و حتی قهرمانان ورزشی اگر مرتکب رفتار و تصمیم‌های خود نباشند و درگیر حاشیه‌های مالی، اخلاقی یا حتی خشونت شوند، به‌تدریج تمام ارزش‌ها و اعتبارات حرفه‌ای خود را زیر سؤال می‌برند. در واقع، سرمایه اصلی یک اسطوره «اعتماد عمومی» است و این سرمایه با کوچک‌ترین لغزش می‌تواند آسیب جدی ببیند.

آیارسا‌های جمعی مانندتولینوزین و شبکه‌های اجتماعی در اسطوره‌سازی ورزشکاران تأثیر دارند؟

رسانه‌های جمعی نقش بسیار مهمی در اسطوره‌سازی ورزشکاران دارند. این رسانه‌ها تنها به انتقال خبر اکتفا نمی‌کنند، بلکه با برجسته‌سازی برخی ویژگی‌ها، رفتارها و موفقیت‌های ورزشکاران، در واقع نوعی «واقعیت اجتماعی» می‌سازند. این واقعیت باعث می‌شود برخی ورزشکاران به عنوان الگوهای اخلاقی و فرهنگی در ذهن جامعه تثبیت شوند. برای مثال، در دوره‌ای که رسانه‌های ورزشی محدود بودند، شریاتی مانند کیهان ورزشی از جهان پهلوان تختی تصویری ساختند که او را فراتر از یک قهرمان ورزشی نشان می‌داد. تختی به نماد جوانمردی، همدلی و اخلاق اجتماعی تبدیل شد و این تصویر در حافظه جمعی جامعه ماندگار شد.

رسانه‌ها چگونه در فرآیند اسطوره‌سازی ورزشکاران نقش ایفا می‌کنند؟

رسانه‌ها از طریق چند سازوکار مهم در اسطوره‌سازی نقش دارند. آنها با ایجاد همذات‌پنداری میان مخاطب و ورزشکار، استفاده از زبان احساسی، تکرار روایت‌های خاص و همچنین پیوند دادن موفقیت‌های ورزشی با ارزش‌های فرهنگی و ملی، تصور ورزشکار را در ذهن جامعه تثبیت می‌کنند.

علاوه بر این، استفاده از القاب و فضاهای خاص برای ورزشکاران در گزارش‌ها و فضای استادیوم‌ها نیز به ماندگاری این تصویر کمک

و ارزش‌ها را نیز به همراه دارد. نسل‌های جدید، بویژه نسل جوان که مخاطب اصلی ورزش هستند، نگاه متفاوتی نسبت به نسل‌های گذشته دارند. اگر در گذشته تصاویر اسطوره‌ها پر‌بسیار اتاها نقش معیاری متفاوتی برای قهرمان‌سازی دارند، آنها بیشتر به ویژگی‌های فردی، عملکرد لحظه‌ای و میزان همذات‌پنداری عاطفی توجه می‌کنند. در واقع، اگریک قهرمان بتواند در زمان مناسب ویژگی برجسته‌ای از خود نشان دهد، در ذهن مخاطب ماندگار می‌شود، در غیر این صورت به‌سرعت جای خود را به چهره‌های جدید می‌دهد.

چرا برخی از مردم معتقدند ورزشکاران باید در کنار جامعه باشند و فاصله نگیرند؟

در نگاه بخشی از جامعه این تصور وجود دارد که محبوبیت و درآمد ورزشکاران ناشی از حمایت مردم است، بنابراین انتظار دارند که ورزشکار نیز در کنار مردم باشد و از آنها فاصله نگیرد. از این زاویه، برخی افراد می‌گویند: «ما از تو حمایت کردیم، توبه شهرت و درآمد رسیدی‌ای، پس چرا کنار ما نیستی؟» حتی گاهی این انتظار به شکل تقابل در می‌آید؛ یعنی اگر حمایت نکنید، در برابر شما قرار می‌گیریم. البته باید تأکید کرد که این نگاه همیشه دقیق و متصفانه نیست. در بسیاری از مواقع، شرایط اجتماعی و هیجانی جامعه باعث شکل‌گیری برداشت‌های اشتباه و تقویت شایئه‌ها می‌شود. در فضای هیجانی، کنش‌های غیرمنطقی‌ای از هر دو طرف شکل می‌گیرد؛ به‌گونه‌ای که ممکن است یک رفتار ساده ورزشی به‌عنوان توهین یا موضع‌گیری تعبیر شود، در حالی که چنین نیتی وجود نداشته است. از سوی دیگر، ورزشکار نیز ممکن است بیان کند که بخشی از فعالیت او در چهارچوب ساختارهای رسمی و حاکمیتی تعریف شده و امکان کنش مستقل کامل برای او وجود ندارد. در نهایت، مسأله اصلی این است که فضای اخلاقی، گفت‌وگو و اعتراض به جامعه‌به‌درستی ساماندهی نشده و همین موضوع زمینه‌ساز سوءتفاهم میان مردم و ورزشکاران می‌شود.

تفاوت اسطوره‌سازی در رشته‌های مختلف ورزشی در ایران چیست؟

فرهنگ ایرانی در شکل‌گیری اسطوره‌های ورزشی نقش بنیادین دارد و می‌توان گفت ورزش ایران از یک «مزیت فرهنگی نسبی» برخوردار است؛ مزیتی که ریشه در فرهنگ پهلوانی، کمک به ناتوانان اخلاقی‌مداری دارد. در تاریخ و ادبیات ما، الگوهای اسطوره‌ای ارستمند و پوریا ولی تا مفاهیم شخصیتی امتداد یافته‌اند. این پیشینه باعث شده است مفاهیمی چون تواضع، جوانمردی و یاری به حریف در ورزش ایرانی به‌عنوان ارزش‌های درونی تلقی شوند.

آیاقهرمانان ورزشی به‌سواد رسانه‌ای نیاز دارند؟

برای این، امروز سواد رسانه‌ای برای ورزشکاران یک ضرورت است. آگاهی از نحوه تعامل با رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به ورزشکار کمک می‌کند تصویر عمومی خود را بهتر مدیریت کند. ورزشکاری که سواد رسانه‌ای دارد، می‌تواند از ایجاد سوء برداشت، حواشی و روایت‌های نادرست جلوگیری کند و تصویر پایدارتر و مثبت‌تری در افکار عمومی بسازد. در مقابل، نبود این مهارت ممکن است باعث آسیب به جایگاه اجتماعی او شود. بنابراین اسطوره‌شدن در عصر جدید، ترکیبی از عملکرد ورزشی، اخلاق فردی و مدیریت هوشمند رسانه‌ای است.

چهار عامل درآینده اسطوره‌سازی در رشته‌های مختلف ورزشی در ایران چیست؟

فرآیند اسطوره‌سازی در رشته‌های ورزشی مختلف یکسان نیست و به ماهیت آن رشته و ساختار اجتماعی پیرامونش وابسته است. در ورزش‌هایی مانند کشتی و

بلیه، در دنیای امروز سواد رسانه‌ای برای ورزشکاران یک ضرورت است. آگاهی از نحوه تعامل با رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به ورزشکار کمک می‌کند تصویر عمومی خود را بهتر مدیریت کند. ورزشکاری که سواد رسانه‌ای دارد، می‌تواند از ایجاد سوء برداشت، حواشی و روایت‌های نادرست جلوگیری کند و تصویر پایدارتر و مثبت‌تری در افکار عمومی بسازد. در مقابل، نبود این مهارت ممکن است باعث آسیب به جایگاه اجتماعی او شود. بنابراین اسطوره‌شدن در عصر جدید، ترکیبی از عملکرد ورزشی، اخلاق فردی و مدیریت هوشمند رسانه‌ای است.

چه عواملی بیشترین نقش را در افول یا تخریب جایگاه اسطوره‌های ورزشی دارند؟

یکی از مهم‌ترین عوامل، حواشی اخلاقی و قانونی است. اسطوره‌ها و حتی قهرمانان ورزشی اگر مرتکب رفتار و تصمیم‌های خود نباشند و درگیر حاشیه‌های مالی، اخلاقی یا حتی خشونت شوند، به‌تدریج تمام ارزش‌ها و اعتبارات حرفه‌ای خود را زیر سؤال می‌برند. در واقع، سرمایه اصلی یک اسطوره «اعتماد عمومی» است و این سرمایه با کوچک‌ترین لغزش می‌تواند آسیب جدی ببیند.

نقش رسانه‌ها در کاهش محبوبیت یا افول اسطوره‌های ورزشی چیست؟

مسائل اخلاقی از رایج‌ترین نقاطی است که رسانه‌ها برآن تمرکز می‌کنند. در بسیاری از موارد دیده شده که رسانه‌های زرد یا پاپ‌ارتزای با ایجاد فشار روانی یا تحریک، واکنش‌های احساسی و بعضاً خشونت‌آمیز را در ورزشکار فراهم می‌کنند. همین کنش‌ها با یک رفتار خارج از چهارچوب می‌تواند تصویر یک اسطوره را به‌شدت تخریب کند و حتی مسیر حرفه‌ای او را تحت تأثیر قرار دهد. از سوی دیگر، رسانه‌ها در برخی مواقع به شکل ناخواسته یا هدفمند، به پرزنگ شدن چهره‌های جدید کمک می‌کنند؛ به‌گونه‌ای که قهرمانان تازه جایگزین چهره‌های پیشین می‌شوند و فرآیند فرارموشی اسطوره‌های قبلی سرعت می‌گیرد. در همین زمینه می‌توان گفت: «پهلوان زنده را عشق است»، یعنی ارزش پهلوانی در استمرار حضور و رفتار درست اوست. بنابراین اسطوره‌ها باید مدیریت دقیقی بر زندگی حرفه‌ای و اجتماعی خود داشته باشند، در غیر این صورت عمر قهرمانی و محبوبیت آنها کوتاه خواهد بود.

تغییر نسل و درگونی ارزش‌های اجتماعی چه تأثیری بر جایگاه اسطوره‌های ورزشی دارد؟

تغییر نسل و درگونی ارزش‌های اجتماعی چه تأثیری بر جایگاه اسطوره‌های ورزشی دارد؟
تغییر نسل، به‌طور طبیعی تغییر در باورها

و زنده‌برداری، اساساً با «فرد» مواجه هستیم؛ یعنی قهرمان، یک شخصیت مستقل است که همه چیز حول توانایی‌ها، شخصیت و مسیر فردی او شکل می‌گیرد. برای مثال، غلامرضا تختی یک فرد است؛ جایگاه او کاملاً قائم به خودش است. او با خودش یک دوره را آغاز می‌کند و با خودش آن را به پایان می‌برد. اما در فوتبال، با یک «نهاد» اجتماعی بزرگ مواجه هستیم؛ یعنی باشگاه‌ها و تیم‌هایی مانند پرسپولیس، استقلال، ملوان یا تراکتورسازی. اینجا صرفاً مجموعه‌ای از افراد نیستند، بلکه هویت تاریخی و اجتماعی دارند که از افراد فراتر می‌رود. برای نمونه، تراکتورسازی حتی در مقطعی مانند هفت یا هشت فصل در لیگ یک یا دو حضور داشته است، اما این افت‌وخیزها لزوماً بر پیوند هواداران با آن تأثیر بنیادین نمی‌گذارد. در فوتبال، وفاداری بیشتر به «هویت جمعی» است تا صرفاً عملکرد لحظه‌ای. اما در کشتی، اگریک کشتی‌گیر انتخاب نشود یا از چرخه قهرمانی خارج شود، در عمل مسیر حرفه‌ای او پایان یافته تلقی می‌شود.

آیامی‌توان گفت فوتبال بیش از ورزش‌های دیگر رسانه‌ای است؟

فوتبال در ایران به‌طور مشخص دارای «برد رسانه‌ای» بسیار بالایی است. حتی اگر در چهار دهه گذشته موفقیت‌های بین‌المللی چشمگیری در سطح باشگاهی نداشته‌باشد، همچنان از بیشترین میزان توجه عمومی و رسانه‌ای برخوردار است.

با این حال، شخصیت‌هایی مانند کریم باقری و علی دایی، صرفاً نه از طریق موفقیت ورزشی، بلکه با ترکیب عملکرد حرفه‌ای و حضور رسانه‌ای، الگویی رفتاری ایجاد کرده‌اند که اثر آن در حافظه جمعی جامعه باقی مانده است.

چرا در کشتی تعداد اسطوره‌ها بیشتر به نظر می‌رسد؟

در کشتی ایران، با فدراسیون قهرمانان مواجه هستیم که هر ریک به تنهایی واجد ویژگی‌های اسطوره‌های هستند. نام‌هایی مانند غلامرضا تختی، علیرضا حیدری، علی اکبر حیدری، امامعلی حبیبی و دیگر قهرمانان، صرفاً اسطوره‌های ورزشی نیستند، بلکه روایت‌هایی زنده از زندگی، تلاش، شکست و پیروزی‌اند. این قهرمانان تنها به واسطه مدال‌هایشان شناخته نمی‌شوند، بلکه به دلیل سبک زندگی، منش فردی و روایت انسانی‌شان در حافظه جمعی ماندگار شده‌اند. در

واقع، اسطوره بودن آنها حاصل ترکیب «موفقیت ورزشی» و «سرمایه اخلاقی و اجتماعی» است.

نظام آموزش و استعدادیابی تا چه حد در تولید اسطوره نقش دارد؟

نظام آموزش و استعدادیابی ورزشی نقش مهم و انکارناپذیری در شکل‌گیری قهرمانان دارد، اما به تنهایی «اسطوره‌ساز» محسوب نمی‌شود. در واقع، این نظام بیش از آن‌که تولیدکننده اسطوره باشد، زمینه‌ساز پرورش «قهرمانان بالقوه» است. هرچه این ساختار کارآمدتر و فرآگیرتر باشد، امکان شناسایی استعدادها از مناطق مختلف-از روستاها و شهرهای کوچک گرفته تا مناطق حاشیه‌ای- بیشتر می‌شود و در نتیجه، تعداد قهرمانان ورزشی افزایش می‌یابد. اسطوره‌شدن فراتر از سازوکارهای آموزشی و استعدادیابی است. اسطوره‌محصول ترکیب چند عامل در کنار یکدیگر است، از جمله: عملکرد برجسته ورزشی و تداوم موفقیت، ویژگی‌های شخصیتی و اخلاقی فرد، بستر رسانه‌ای و میزان دیده‌شدن و نحوه بازنمایی و روایت او در حافظه جمعی جامعه. بر این اساس، می‌توان گفت نظام آموزش و استعدادیابی «شرط لازم» برای شکل‌گیری قهرمان است، اما «شرط کافی» برای تبدیل شدن به اسطوره محسوب نمی‌شود.

آیامی‌توان بین «قهرمان» و «اسطوره» تمکک قائل شد؟

صدرصد، این تمکیک بسیار مهم است. قهرمان کسی است که در سطح ورزشی به موفقیت‌های قابل‌اندازه‌گسیز (مدال، رکورد، پیروزی) دست پیدا می‌کند. اما اسطوره کسی است که علاوه بر این موفقیت‌ها، در ذهن جامعه تبدیل به یک «روایت ماندگار» می‌شود؛ روایتی که از زمان و نتیجه ورزشی فراتر می‌رود.

کدام عامل را در ایران «کلیدی‌ترین» مؤلفه در اسطوره‌سازی می‌انید؟

اخلاقی از مهم‌ترین کلیدی‌ترین مؤلفه‌ها در فرآیند اسطوره‌سازی به شمار می‌رود. اسطوره باید خود را با ارزش‌های اخلاقی و اسلامی منطبق کند. ساده‌زیستی و پرهیز از نمایش لایه‌های خصوصی زندگی می‌تواند زمینه‌ساز شکل‌گیری برند بزرگ شخصی در فضای رسانه‌های اجتماعی شود. در صورتی که به این موارد توجه نشود و آموزش کافی نیز صورت نگیرد، شخصیت فرد رشد پایدار نخواهد داشت و ماندگاری او در سطح اسطوره‌ای نیز تداوم پیدا نخواهد کرد.

شکل می‌گیرند. برخلاف پیش‌بینی برخی صاحب‌نظران در دوران باستان تا قرن نوزدهم، اسطوره‌سازی نه تنها از میان رفته، بلکه همچنان به حیات خود ادامه داده است. این اسطوره‌ها نیز تنها به ابرقهرمان‌ها محدود نمی‌شوند و تقریباً تمام عرصه‌های زندگی را در بر می‌گیرند؛ از رایانه، کومدانی همچون فاشیسم، نازیسم، کمونیسم، لیبرالیسم، انواع بینادگرایی و مفاهیمی مانند آزادی، دموکراسی، فناوری، بشقاب‌پرنده‌ها، جوانی، زیبایی، عشق، نوجوانان و حتی بازگشت به کودکی و آرمان‌های سادگی و زیست طبیعی. همگی از جمله پدیده‌های دنیای مدرن‌اند که از منظر اسطوره‌شناسان، می‌توان آنها را اسطوره مدرن دانست.

نیاز به اسطوره‌ها و اسطوره‌سازی در گذر زمان بیشتر شده یا کمتر و اساساً چه تغییری کرده‌است؟

به گمان من، مسأله «بیشتر» یا «کمتر» شدن چندان دقیق نیست. بسیاری از اسطوره‌های کهن کارکرد و قدرت پیشین خود را از دست داده‌اند، اما در مقابل، اسطوره‌های تازه جای آنها را گرفته‌اند. بنابراین، بهتر است به جای سنجش کمی، از دگرگونی شکل و شمایل اسطوره‌ها و تطبیق آنها با دنیای معاصر سخن بگوییم؛ اسطوره‌ها تغییر کرده‌اند، نه اینکه صرفاً کم یا زیاد شده باشند.

نقش فرهنگ ایرانی در شکل‌گیری اسطوره‌های ورزشی چیست؟

فرهنگ ایرانی در شکل‌گیری اسطوره‌های ورزشی نقش بنیادین دارد و می‌توان گفت ورزش ایران از یک «مزیت فرهنگی نسبی» برخوردار است؛ مزیتی که ریشه در فرهنگ پهلوانی، کمک به ناتوانان اخلاقی‌مداری دارد. این پیشینه باعث شده است مفاهیمی چون تواضع، جوانمردی و یاری به حریف در ورزش ایرانی به‌عنوان ارزش‌های درونی تلقی شوند.

چرا برخی قهرمانان در حافظه جمعی به اسطوره تبدیل می‌شوند و برخی نه؟

اسطوره‌شدن صرفاً به تعداد مدال‌ها وابسته نیست، بلکه به «تثبیت اجتماعی و فرهنگی» قهرمان بستگی دارد. در تاریخ ورزش ایران، نام غلامرضا تختی به‌عنوان نمونه‌ای برجسته مطرح است؛ شخصیتی که تقریباً اجماع عمومی درباره اسطوره بودن او وجود دارد. گویی جامعه تنها در شرایط خاص و با معیارهای بسیار سختگیرانه، یک فرد را به اسطوره ارتقا می‌دهد. در مقابل، بسیاری از قهرمانان بزرگ دیگر، با وجود افتخارات متعدد، در حافظه جمعی ماندگار نشده‌اند. این موضوع تا حد زیادی به نوع روایت‌سازی، شرایط اجتماعی و حتی سختگیری‌های فرهنگی در تعریف «اسطوره بودن» در ایران بازمی‌گردد؛ گویی جامعه تنها با معیارهای بسیار سختگیرانه، یک فرد

در حافظه جمعی ماندگار نشده‌اند. این موضوع تا حد زیادی به نوع روایت‌سازی، شرایط اجتماعی و حتی سختگیری‌های فرهنگی در تعریف «اسطوره بودن» در ایران بازمی‌گردد؛ گویی جامعه تنها با معیارهای بسیار سختگیرانه، یک فرد را به سطح اسطوره ارتقا می‌دهد.

رابطه سطح اسطوره

ارتقامجی دهد.

رابطه سطح اسطوره

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.

ارتقامجی دهد.