

اجتهادات كُرة وموسيقى وبومة

أن يزيد عددُ مرات الاستماع إلى أغاني فناني واحد على 50 مليار مرة لهو اختراقٌ في تاريخ الموسيقى. ولكن هل يبررُ ذلك وضع فريق كرة قدم يلعبُ باسم ناد كبير وعريق شعار فناني الراب المشهور على قمصان لاعبيه في مباراته ضد فريق ريال مدريد قبل أيام؟ سؤالٌ قد يُختلف على جوابه. وقد لا يكون القولُ إن وضع فريق برشلونة شعار الفنان الكندي أوبري دريك على قمصان لاعبيه يُؤطد العلاقة بين الكرة والموسيقى مقنعًا للجميع. ربما يكون هذا صحيحًا، ولكن جزئيًا فقط. فثمة وسيطٌ بالغ الأهمية بين الموسيقى والكرة في هذه الحالة وهو عالم المال والأعمال (البيزنس) 0 فما كان لإدارة نادي برشلونة أن تُقدم على هذا التصرف إلا لتعاقدتها مع مجموعة «سبوتيفاي» السويدية العملاقة في خدمة بث الموسيقى التي تبثُ أغاني دريك.

ويعنى هذا أن (البيزنس) هو المُحرك الأساسي للعلاقة التي تجمع ناديا عريقا ومجموعة بث موسيقى عملاقة، والدافع وراء ظهور شعار دريك، وهو طائر البومة، على قمصان لاعبي هذا النادي. ولا عجب في ذلك، بعد أن صارت كرة القدم

بيزنس عالمياً واسع النطاق لأن حدة التنافس، خاصةً في المسابقات الأوروبية الكبرى الرئيسية، تدفعُ الأندية الكبيرة إلى التعاقد مع شركاتٍ ضخمة من أجل تمويل نفقاتها المتزايدة، التي لا تخدمُ اللعبة وتساعد في تطويرها في كل الأحيان، بمقدار ما تفيّد اللاعبين الذين تُشتري خدماتهم في مقابل مبالغ فلكية.

ولهذا صار معتاداً أن تقدم إدارة هذا النادي أو ذاك تنازلاتٍ لم تكن متصورةً من قبل، مثل تعديل اسم ملعبٍ عريق، أو وضع صورة لطائر البومة على قمصان لاعبيه. وربما يثيرُ استخدام هذا الطائر استغراباً في بعض مناطق شرق العالم. فالبومة في ثقافات هذه المناطق نذير نحسٍ أو شؤم. ولكنها تُعد في الثقافة الغربية رمزاً للحكمة. والحق أن المُعتقدين أسطوريان لا أساس لهما. فلو أن البومة نذيرُ نحس، ما حقق دريك نجاحه الساحق. ولو أنها رمزُ للحكمة لرأيناه يستثمر شعبيته الموهولة لدعم قيم السلام والمحبة والتسامح في عالمٍ لم يعد به إلا أقل القليل منها.