

הנצחה, אוהדים ואצטדיוני כדורגל – המקרה של טוטוטרנר ושל סמי עופר

אור לונטל

תקציר

עם גל בניית אצטדיוני הכדורגל בישראל בעשור השני של המאה ה-21, התגבר העיסוק הציבורי בשיומם. נושא זה זוכה לחשיבות בעיקר בשל נראותו ובשל חשיבותו העירונית של המתקן – וכן בשל היותו בית סמלי של קהילות אוהדים. עם זאת, המקרה הישראלי מלמד כי הנסיבות של כל אצטדיון ובחירת שמו מייצרים שיח ציבורי בעל אופי ייחודי. מאמר זה בוחן את הגורמים המעצבים את הדיון הציבורי בשיומם אצטדיונים ובעיקר את יחס האוהדים אל המקום. לשם כך נערך חקר של שני מקרים: אצטדיון טוטוטרנר בבאר שבע ואצטדיון סמי עופר בחיפה. המחקר שבוצע כלל ניתוח תוכן של מגוון מקורות טקסטואליים, בהם פורומים מקוונים, כתבות בעיתונות, תגובות, אתרי אוהדים, יומני רשת, שירי אוהדים ועוד. ממצאי המחקר מצביעים על שלושה רכיבים משמעותיים המשפיעים על אופי השיח הציבורי: הגמוניה עירונית, אפשרויות השיומם ומושא הנצחה הספורטיבי. המאמר מציג דיון במקרים הנבחרים ובמשמעות רכיבים אלו בהקשר ספורטיבי רחב.

מילות מפתח: גיאוגרפיה של ספורט, אצטדיונים, כדורגל, אוהדים, הנצחה

מבוא

אוהדי ספורט הם קהילה מדומיינת אשר מחוזקת על ידי סמלים משותפים הקשורים למושא אהדתם. ההגדרה העצמית של האוהדים כוללת הבחנה היררכית בין אינדיבידואלים, אשר מבוססת לרוב על היקף ההשקעה האישית שלהם במועדון הספורט, באופן שבו כל מי שמשקיע יותר, הוא גם אוהד טוב יותר. השקעה זאת באה לידי ביטוי בבקאות בהיסטוריה של המועדון, בנאמנות ארוכת שנים ובהשקעה כספית בכרטיסים, במוצרים וכדומה. נקודת המפגש הפיזית של היבטים אלו מצויה באצטדיונו הביתי של המועדון, אשר משמש הבית הסמלי של קבוצת האוהדים (לונטל, 2013).

אחד הביטויים הציבוריים של האצטדיון הוא שמו, זאת בשל אזכור תדיר בתקשורת ההמונים ובקרב האוהדים עצמם. לפיכך, שיומם האצטדיון עשוי לשמש משאב חברתי פוליטי חשוב עבור הקהילות המושקעות בו מבחינה רגשית. עם זאת, בניגוד לפוליטיזציה של שמות רחובות, כבישים ובתי ספר, אצטדיונים בישראל נקראים לרוב על שם המקום שבו הם נמצאים או על שם המממנים העיקריים (הטוטו, תורמים פרטיים או הערים עצמן). לעיתים, הדיון בשם האפשרי של אצטדיון שעתיד להיבנות זוכה למקום בשיח הציבורי, מקום שממחיש את האינטרסים של הקבוצות השונות המעורבות בתהליך.

מטרתו של מאמר זה היא לבחון את המעורבות של אוהדי ספורט בתהליך בחירת השם של אצטדיון ואת היחס שלהם אליו. לשם השגת מטרה זאת, המאמר מציג פרספקטיבה היסטורית פרשנית על מעורבות האוהדים, באמצעות בחינת שני מקרי מבחן ייחודיים: אצטדיון טוטוטרנר

בבאר שבע ואצטדיון סמי עופר בחיפה. המחקר התבסס על ניתוח של מגוון מקורות מידע, בהם כתבות בעיתונות המקוונת, אתרי אוהדים, פורומים, שירי אוהדים ועוד.

רקע תיאורטי

הנצחה במרחב על ידי שמות

הזיכרון ההיסטורי הקולקטיבי הוא תוצר של זיכרונות משותפים, אשר נוצרים, מעוצבים ומועברים לאוכלוסייה על ידי פרקטיקות חברתיות-תרבותיות ועל ידי ביטויים פיזיים במרחב. העבר עובר תהליך פוליטי-סלקטיבי של בחינת החשיבות והאינטרסים העכשוויים, ומקודם על ידי תהליך הנצחה מכוון של המרחב האנושי (Dwyer & Alderman, 2008). הפרשנות החברתית או הקולקטיבית של העבר מיושמת באמצעות בנייה מכוונת של מבנים ושל אתרי זיכרון, כגון אנדרטאות, מוזיאונים ומונומנטים שונים, או על ידי הטענת משמעות סמלית (לרוב באמצעות שיום) למקומות ולמבנים פונקציונליים בסביבה האנושית המודרנית. למקומות זיכרון, כגון אתרים היסטוריים או אנדרטאות, יש תפקיד מוגדר, והוא לספק את הביטוי הגשמי במרחב לתחושת הזיכרון הקולקטיבי. משמע, ההנצחה המתקיימת במקומות אלו היא ביטוי של עוצמה פוליטית, ומטרתה ישירה באופן יחסי. מאידך, הנצחה באמצעות שיום מבני ציבור ומקומות אחרים במרחב הציבורי היא בעלת אופי עקיף, ומלווה לעיתים באינטרסים נוספים.

במאמרו החשוב על שמות רחובות מסביר עזריהו (Azaryahu, 1996) כי הנצחת שמות אישים היא תהליך פוליטי, שבמסגרתו היסטוריה רשמית מוחלת על המרחב הציבורי היומיומי. כלומר, הנצחה על ידי שיום מקומות ציבוריים מכוונת לעיצוב הנרטיב ההיסטורי העכשווי באמצעות סמלי עבר. עזריהו מוסיף כי לשמות רחובות יש שני תפקידים: האחד, סמלי (משמעות פוליטית במרחב) והשני – פרקטי (ציון מיקום). באינטראקציה בין אנשים לא ניתנת תשומת לב רבה למשמעות ההיסטורית הנובעת משם המקום. לפיכך, בכל הנוגע לרחובות, השימוש היומיומי של האוכלוסייה בשמות אלו אינו מלווה במטען רגשי או סמלי מיוחד לאותם אישים שהונצחו, ברם הוא משולב באופן תדיר בחייהם של האינדיבידואלים. לדוגמה, עבור רבים מאוהדי קבוצת הפועל תל אביב בכדורסל יש לשם "אוסישקין" משמעות סמלית מיוחדת, זאת בשל חיבור רגשי לאולם הכדורסל שהיה ממוקם ברחוב אוסישקין בתל אביב, ולא בשל קרבה אידיאולוגית או היסטורית למנחם אוסישקין, שעל שמו נקרא הרחוב (לונטל, 2013).

על פי אלדרמן (Alderman, 2000), שימוש פונקציונלי (של שמות הרחובות) אינו מפחית מהתפקיד הסימבולי של ההנצחה, אך חשיבותו הפונקציונלית של המקום מעידה גם על החשיבות הפוליטית שבתהליך ההנצחה. מכך עולה כי ההנצחה אינה רק תהליך של יצירת זיכרון במרחב הציבורי, אלא היא מבטאת פרשנות לגבי הנוף התרבותי ו"איכות" או "יוקרה" של המקומות שבו. תפיסת חשיבותם של מקומות בנוף הציבורי כביטוי לחשיבות האובייקט המונצח, היא המקובלת כיום בספרות המחקרית בנוגע לשמות רחובות. העיקרון שעל פיו נקבעת חשיבות הרחוב הוא מרכזיותו בסביבה העירונית, ולמעשה, כמות המשתמשים בו – מבקרים, תיירים, נוסעים וכדומה. מהסתכלות רחבה יותר על המרחב הציבורי, תוך שימוש בפריזמה של חשיבות פונקציונלית, עולה כי ישנם מקומות נוספים – להוציא הרחובות – אשר להם משמעות רבה בנוף התרבותי. מקומות אלו הם מבני ציבור וממשל, מגה-מבנים, כיכרות, חופים, פארקים ועוד. יוקרתם של

מקומות אלו מתבססת על שני גורמים: האחד הוא כאמור הפונקציונליות הגבוהה שלהם ויכולתם לארח מספר גדול של אנשים, מקבוצות אוכלוסייה רבות; הגורם השני הוא הבולטות והייחודיות שלהם בנוף. שכן בעוד שישנם רחובות רבים בכל עיר, יש בה רק מספר מוגבל של בתי ספר, ואצטדיון עירוני יחיד. החשיבות הנתפסת של מקומות בנוף התרבותי היא דינמית מחד גיסא והיררכית מאידך גיסא. ההיצע המגוון והמוגבל של המקומות יוצר גם ביקוש משתנה מצד הגורמים המבקשים להנציח באמצעות מתן שמות. לפיכך, אם הפוליטיקה עוסקת ביסודה באופן שבו יש לחלק משאבים, אזי הפוליטיקה של שמות מקומות עוסקת בהתאמה בין שווי של המשאב המרחבי לאינטרס הפוליטי שבהנצחה. מצב זה מקדם מאבק אידיאולוגי, פוליטי וגם כלכלי על מתן שמות.

לרוב, לכל יחידה גיאוגרפית ישנה ועדה האמונה על שיום המרחב הציבורי. בלעדיות מוחלטת על קבלת ההחלטות הייתה מפשטת את תהליך מתן השמות ויוצרת סביבה מרחבית מדידה באמצעות המשוואה של פונקציונליות גבוהה וחשיבות האובייקט המונצח. עם זאת, בזירת מתן השמות קיימים שני שחקנים נוספים, אשר כוחם היחסי הולך וגדל, במיוחד בחברות מודרניות וקפיטליסטיות. השחקנים הללו הם דעת הקהל הציבורית, וחברות ואנשים פרטיים בעלי כוח כלכלי. הקונפליקט בין שלושת הגופים הללו, גורס בלוקר (Blocher, 2007), מצוי בסמכות של קבלת ההחלטות על השם, הקשור גם להיבטים חוקיים וגם להיבטים כלכליים. ונוסף על כך מצוי גם בלגיטימיות של הנצחה או פרסום של גופיים מסחריים או בעלי הון פרטיים.

הקונפליקט בין הגופים הרשמיים, הציבור והגופים המסחריים והפרטיים, יצר שלושה סוגים של קביעת שמות במרחב הציבורי: (א) הנצחה של אדם או מאורע בעל חשיבות מקומית או לאומית; (ב) מכירת זכויות שמיות לזמן קצוב לטובת פרסום; (ג) הנצחה של אנשים פרטיים תמורת תרומה להקמה או לשיפוץ. בשל הציבוריות הגדולה של שמות מקומות, החלטות על מתן שם מלווה לעיתים בדיון ציבורי, אשר עוסק בסוגיות מוסריות של שימוש בכספים פרטיים ובסוגיות כלכליות לגבי הנחיצות בהכנסת שחקנים נוספים לתהליך מתן השמות והלגיטימיות שלהם (Madow, 1993).

מקומות ספורט, ובעיקר האצטדיונים הגדולים, עונים להגדרה של מקומות חשובים מעצם הבולטות שלהם בנוף ומתוך הפונקציונליות הגבוהה שלהם. זאת בשל הפופולריות הגדולה של הספורט ובשל הדרישות ההכרחיות של אירוח אלפי ורבות צופים בכל תחרות ספורטיבית. לפיכך, המאבק הציבורי על מתן השמות אינו פוסח על מקומות הספורט ואף מתעצם בשל חשיבותם הציבורית. יתר על כן, מקומות ספורט, בניגוד לרחובות או למבנים אחרים, טעונים גם במשמעות גשית מיוחדת, אשר מקנה להם מעמד מיוחד, בעיקר בקרב קהילת אוהדי הספורט (לונטל, 2013). כל אלו מקנים למקומות אלו חשיבות מרחבית בתרבות, ולפיכך מעלים את יוקרתם כמקומות המשמשים להנצחה. יש לציין כי בדומה למקומות אחרים, גם לגבי מקומות ספורט התפתח דגם משולש של מתן שמות, לצורכי הנצחה רשמיים (מקומיים או לאומיים), הנצחה פרטית ומכירת הזכויות על השם לחברות מסחריות. הסוג האחרון צבר תאוצה החל משנות ה-90 של המאה ה-20, והוא מהווה את חלק הארי של מקומות הספורט הגדולים בארצות הברית כיום.

מגמה זאת זוכה לפופולריות גם במדינות אחרות השייכות לתרבות המערבית, זאת בשל העלות הגבוהה של מבני הענק והצורך לסבסד אותם שלא על ידי מקורות עירוניים או ממשלתיים

(DeSchriver & Jensen, 2003). למרות הפופולריות הגוברת של השכרת הזכויות השמיות של מקומות, החלפת השם קצובה בזמן ולכן אינה רלוונטית לנושא ההנצחה, הנידון במאמר זה. הדיון המשמעותי אם כן בהקשר של הנצחה במקומות ספורט מתקיים בדואליות שבין הנצחה של אישים ומאורעות החשובים ברמה המקומית או הלאומית לבין הנצחה של תורמים פרטיים. תשומת הלב הציבורית הנתונה לסוגיות אלו נובעת ממחלוקת בדבר הבעלות הרשמית והנתפסת של המקום, ומכך על זכות קבלת ההחלטות לגביו. מקור המחלוקת נובע מבעלות משולשת הרלוונטית למקרה הישראלי הנידון במאמר זה: כלכלית – המממן העיקרי של אצטדיונים בישראל הוא הטורווינר, שהוא גוף ציבורי בחסות ממשלתית; רשמית – העירייה או המועצה המקומית אשר האצטדיון נמצא בשטחה ולה הזכויות על השכרתו לגורמים השונים ואופי השימוש בו; רגשית – אוהדי הקבוצה אשר מארחת את משחקה הביתיים באצטדיון.

אוהדים, מקום ושייכות

מתוך כלל האנשים אשר צורכים מידע ספורטיבי, הספרות המחקרית מתמקדת באוהדי ספורט המאופיינים בתמיכה אדוקה בספורטאי יחיד או בקבוצה. תמיכה זאת מבטאת במעקב תדיר אחר הפעילות הספורטיבית באמצעות צריכה מוגברת של מידע (Jones, 1997). אוהדי ספורט מונעים לרוב באמצעות מניעים קוגניטיביים, פסיכולוגיים, חברתיים ואישיים, בהם קשר עם משפחה וחברים, דרמה וריגוש, הישג עקיף ועוד. לגבי מניעים אלו נמצא קשר חיובי ישיר לרמת הנאמנות ולתחושת השייכות של האוהד למושא אהדתו (Funk et al., 2001).

תחושות השייכות והנאמנות מבטאות קשר רגשי של האוהד אל קבוצת הספורט, המצוי גם באימוץ סמליה של הקבוצה. לצורך ההסמלה ויצירת הזהות הקבוצתית יש צורך ברכיבים קבועים. אך במיוחד ברמות המשחק הגבוהות, קבוצת ספורט משנות את פניהן ואת הרכבן באופן תדיר, ומאמנים, צוות מקצועי ושחקנים מוחלפים מדי תקופה. לפיכך, הרכיבים הקבועים מצויים בנראות ובמיקום – קרי, בצבעי הקבוצה (לאו דווקא במדיה) ובמגרשה הביתי. הצבעים יוצרים את האחדות הוויזואלית של קהילת האוהדים ואת הבידול שלהם מקבוצות אוהדים יריבות, ואילו המגרש הביתי הוא נקודת ציון במרחב וגם ביטוי מוחשי (Borges, 2014).

בשל חשיבותו של המקום בזהות הקולקטיבית זוכה המגרש הביתי להילה מיוחדת, הנובעת בין השאר מעצם השימוש במילה "בית" ומהמשמעויות הפסיכולוגיות והחברתיות שלה. ג'וליאנוטי (Giulianotti, 1999) אף עושה שימוש במונח טופופיליה על מנת להדגים את המשמעות הרגשית שאותה מייחסים אוהדי כדורגל לאצטדיונם הביתי. המונח טופופיליה, שנהגה על ידי הגיאוגרף האמריקאי יי פו טואן (Yi Fu Tuan), מתאים במקרה זה, שכן הוא מתאר מצב שבו רגשות אנושיים, כגון אהבה או שמחה, יכולים להיות מבטאים על ידי אינדיבידואלים כלפי מקומות מסוימים. את חשיבותו של המגרש הביתי הספורטיבי אפשר לראות במקרה הישראלי בכמה תחומים. היבט אחד מצוי בהקמה של קבוצות ספורט חדשות על ידי אוהדים כחלופה למושא אהדתם המקורי. בשני מקרים בישראל, אשר לוו בהצלחה כלכלית וספורטיבית, בחרו האוהדים לקרוא לקבוצה על שם המגרש הקודם של קבוצתם: הפועל קטמון ירושלים בכדורגל, והפועל אוסישקין תל אביב בכדורסל.

היבט נוסף מצוי בשימוש בשמו של המקום לטובת פעילויות הקשורות באוהדים ובקבוצה. למשל

אתר אינטרנט של אוהדי הפועל רמת גן נקרא על שמו של אצטדיון הקבוצה בעבר – "המכתש", ותוכנית רדיו של אוהדי מכבי חיפה, הנקראת "יציע ג'" – שמו של היציע שהיה מאוכלס על ידי אוהדי האדוקים של הקבוצה באצטדיונה הקודם – קריית אליעזר. היבט שלישי לחשיבותו של המגרש הביתי מצוי בעניין הרב שמייצרות כתבות בעניין מגרשים ביתיים (מבחינת תגובות האינטרנט), זאת אל מול כתבות ספורט בנושאים אחרים (לונטל, 2016).

חשוב להדגיש כי בכל הדוגמאות שניתנו לעיל, עשו האוהדים שימוש בשם של אצטדיונים ישנים של הקבוצות – כאלו שנהרסו או נזנחו לטובת אצטדיונים חדישים ומתקדמים יותר מבחינה פונקציונלית. מצב זה אינו מקרי, אלא מבוסס על רגשות נוסטלגיה ועל תחושת נאמנות של האוהדים. אזכור של המגרש הקודם מעיד על נאמנות ארוכת שנים ועל כיבוד המסורת הקולקטיבית של אוהדי הקבוצה (שם). נקודה נוספת היא שבכל הדוגמאות הללו, שמו של המקום קשור במיקומו במרחב האורבני, לרוב – שם השכונה שבה הוא נמצא. גם במקרה של אולם אוסישקין, מבנה הספורט נקרא על שם הרחוב שבו הוא נמצא ולכן, באופן עקיף, על שמו של מנחם אוסישקין.

החיבור של האוהדים למקום הספורט מתרחש לאורך זמן, עם צבירת חוויות קולקטיביות על רקע הפעילות הספורטיבית בו (Charleston, 2009). אופיו של התהליך תלוי כאמור ביכולתו של המקום להוות סמל עבור אוהדי הקבוצה, ולכן נגזר ממשנתנים שונים, כגון בלעדיות האירוח, גודלו, מיקום היציעים, הצלחות ספורטיביות וכדומה. השימוש בשם המקום לטובת חיזוק הזהות הקבוצתית הוא תוצאה של תפיסת המקום כמכלול (Hakala et al., 2015). משמע, עם התעצמות תחושת השייכות של האוהדים למקום, הם מתחברים באופן רגשי גם לרכיבים פונקציונליים או סמנטיים, כגון שמו.

יש לשער אפוא כי אם מגרש ביתי ישמש להנצחתו של אדם, שמו או אפילו פועלו יזכו לחשיבות מסוימת בקרב אוהדי הקבוצה המקומית. הפרקים להלן מבקשים לבחון תפיסה זאת באמצעות שני מקרים של הנצחת אישים באצטדיוני כדורגל בישראל, אשר אינם קשורים באופן ישיר לקבוצה המקומית או לספורט – אצטדיון טוטו בבאר שבע על שמו של יעקב טרנר, והאצטדיון בחיפה על שמו של סמי עופר.

שיטת המחקר

מטרתו של המחקר הייתה לבחון את מעורבותם של אוהדים בתהליך מתן השמות לאצטדיונים הביתיים ואת יחסם אל השם לאחר בחירתו. לשם כך אימץ המחקר גישה איכותנית, שכללה ניתוח היסטורי פרשני של תהליך בחירת השם בשני מקרי מבחן: אצטדיון טוטו־טרנר בבאר שבע ואצטדיון סמי עופר בחיפה. המקרים נבחרו בשל שתי סיבות עיקריות: אחת, הן ההכרזה על בניית האצטדיונים והן תקופת הקמתם היו חופפות במידה רבה; הסיבה שנייה היא ששני האצטדיונים משמשים קבוצות צמרת בכדורגל הישראלי ונחשבים לאצטדיונים מפוארים ומודרניים בהשוואה למתקני כדורגל אחרים בישראל. מכאן – הם זוכים לחשיפה ציבורית גדולה.

בחינת עמדתם של האוהדים נעשתה על ידי ניתוח תוכן של מקורות טקסטואליים שבהם פרסומים של אוהדי הקבוצה בפורומים מקוונים ובדפי פייסבוק ייעודיים. למשל, אתר האוהדים

crazyred.co.il של הפועל באר שבע ופורום האוהדים של מכבי חיפה באתר fxp.co.il. נוסף על כך, במחקר נעשה שימוש בכתבות שפורסמו בעיתונות הספורט המקוונת בישראל באתרים one.co.il, sport5.co.il, nrg.co.il ועוד. כמו כן, נכללו בו פרסומים בבלוגים של ספורט ונותחו שירי אוהדים ושלטים שהונפו במגרשים ובהפגנות. כל המידע מן המקורות לעיל מתייחס לתקופת הזמן שהחלה בהכרזה על בניית האצטדיונים – בחיפה בשנת 2009 ובבאר שבע בשנת 2011, ועד לסוף שנת 2018. המחקר כלל כאמור שני מקרי מבחן, זאת על מנת לעמוד על הדומה והשונה בכל מקרה ולשפוך אור על ההקשרים המקומיים והחברתיים שהובילו את התהליכים.

אצטדיון הטוטו על שם יעקב טרנר בבאר שבע

אצטדיון טוטו באר שבע על שמו של יעקב טרנר הוא האצטדיון הגדול ביותר בעיר, ולמעשה בכל אזור הדרום בישראל. הוא ממוקם בצפונה של העיר באר שבע, בסמיכות למכללת קיי לחינוך ומרוחק כשלושה קילומטרים מתחנת הרכבת הקרובה, דבר אשר אינו אופייני לאצטדיונים מודרניים (טוטו-טרנר מסתמך בעיקר על חנייה במקום, מערכת הסעות ואוטובוסים לשינוע הצופים אל האצטדיון וממנו). הצורך בהקמה של אצטדיון מודרני בעיר, אשר יחליף את אצטדיון וסרמיל, שנפתח בשנת 1959, היה ידוע ומקובל בקרב קברניטי העירייה במשך יותר משני עשורים.

אלא שההיתכנות הכלכלית התאפשרה הודות לגידול משמעותי בהכנסות של המועצה להסדר ההימורים בספורט במהלך העשור הראשון של המאה ה-21, אשר הביא לגל רחב של בניית אצטדיונים בכל רחבי ישראל, ובהם בפתח תקווה, נתניה, חיפה, עכו ועוד. בנייתו של האצטדיון, שהחלה בשנת 2011, עלתה כרבע מיליון שקלים. כשליש מהסכום מומן על ידי קרן המתקנים של הטוטו וינר ושאר התקציב כתוצאה ממכירת שטחו של אצטדיון וסרמיל, הממוקם במרכזה של העיר ומתוכננת בו הקמת שכונת מגורים חדשה. אצטדיון טוטו-טרנר מכיל 16,126 מושבים, עובדה המציבה אותו במקום הרביעי בישראל מבחינת זאת (לאחר האצטדיונים: סמי עופר, טדי ובלומפילד).

וסרמיל, אצטדיונה הקודם של העיר, קרוי על שמו של ארתור וסרמיל. שם זה נקבע לאחר שניתנה תרומה של אמו לשיפוץ האצטדיון בשנת 1988. בדומה למקרים שצוינו לעיל, גם בשמו של אצטדיון וסרמיל נעשה שימוש סמלי בעיקר בהקשר הספורט. כך למשל עמותת אוהדים, אשר מתפעלת דף פייסבוק, עמוד אינסטגרם ויישומון, בחרה לעצמה את השם וסרמיליה. בהקשר אחר, סרטו של מושון סלמונה, "וסרמיל", מספר את סיפורם של נערים מקומיים בבאר שבע. שמו של האצטדיון משמש ברובד אחד כמקום שבו נפגשות דרכי הגיבורים, וברובד שני האלטרנטיבה למציאות היומיומית שלהם, כך שבסרט מסמל השם וסרמיל בנראותו ובתוכנו תקווה וקדמה אל מול העיר עצמה.

כפי שנטען, קהל האוהדים יוצר חיבור למגרש ולשמו, גם אם אין קשר בין השם לבין עולם התוכן של הספורט והאהדה. עם זאת, בתהליך בחירת השם, עם הקמתו של אצטדיון חדש או שינוי שמו, כן אפשר לראות מעורבות אקטיבית של אוהדים. למשל, במקרה המתקשר של אצטדיון המושבה בפתח תקווה,¹ שבו פעלו האוהדים לקביעת השם "ראש הזהב", על שמו של שחקן

¹ ראו: פוהרליס, א' (15.11.2011). על ראש הזהב: איך יקרא האצטדיון בפתח תקווה? NRG, נדלה מ-<http://www.nrg>

הקבוצה, נחום סטלמך. גם במקרה של האצטדיון החדש בבאר שבע עלו קולות שונים שקראו להנצחה של גיבורי הספורט המקומיים בשמו של האצטדיון.

כך למשל בדיון שעלה בפורום אוהדים של באר שבע² במהלך בנייתו של האצטדיון ומיד לאחר ההכרזה על שמו, "טוטו-טרנר". במהלך הדיון עלו שתי נקודות: האחת, נושא תרומתו של ראש העיר לשעבר לעיר בכלל ולספורט בפרט; השנייה, הצעת חלופה לשמר את השם וסרמיל בשל סמליותו לקבוצה ולאוהדים. גם בכתבה משנת 2011 בנושא שם האצטדיון בבאר שבע³ הייתה התייחסות של האוהדים לנושא השם בתוך התגובות לפרסום. חלק מהמגיבים מציינים את שם של טרנר או של שחקני עבר כשמות חלופיים, וחלק אחר טוען שלשם אין כלל חשיבות. לדוגמה: "שיקראו לו איצטדיון על שם כל אחד, רק שיהיה כבר!" (תגובה 16); "מה זה משנה השם, מצדי שיקראו לו היכל הגמלים, העיקר שנזכה לדרוך בשעריו עוד בימינו" (תגובה 22). שני מקורות אלו דומים גם לשאר הדיונים שהתקיימו בפורומים שונים של אוהדי קבוצת הפועל באר שבע (באתר הפורומים FXP, ובאתר אוהדי הקבוצה Crazy red) ובמסגרת התגובות בכתבות שעסקו באצטדיון בכלל ובשם הנבחר בפרט.⁴ אפשר להצביע אפוא על שלוש תפיסות של אוהדי הקבוצה: האחת היא הדיון הכללי בשם הנבחר ובמידת הלגיטימיות שלו; השנייה היא הצעת חלופות לשם, כגון ספורטאי עבר ודמויות ציבוריות; והתפיסה השלישית היא מיקוד הדיון באצטדיון עצמו, בנראותו ובקצב התקדמות הבנייה.

שלוש התפיסות המתוארות לעיל אינן נבדלות בעוצמתן או במשקל היחסי שיש להן בדיון הכללי. היעדר ההד הציבורי בנוגע לשם האצטדיון מלמד על חוסר העניין של מרבית אוהדי הקבוצה, כתוצאה מהיעדר קשר רגשי לנושא השם. אפשר לתלות זאת בכמה היבטים הקשורים לקבוצה, לתרבות האהדה ולאופן המעבר לאצטדיון החדש.

בהפועל באר שבע, כמו בכל קבוצת ספורט אחרת, יש מיתזציה על בסיס נוסטלגיה של ספורטאים ושל בעלי תפקידים בעברה. עם זאת, בהפועל באר שבע לא היו ספורטאים אשר גם היו מזוהים עם הקבוצה באופן בלעדי וגם זכו להצלחה ספורטיבית בצמרת הישראלית או האירופית. יתרה מכך, גם אישים שנתפסים ככאלו על ידי חלק מהאוהדים, אינם בהכרח מצויים בקונצנזוס בקרב הקהילה כולה.⁵ במקרים הבודדים שבהם הוצעו חלופות, כגון מאמן העבר לופא קדוש או השחקן צ'סוואה נסופוואה, שנפטר במהלך אימון הקבוצה, הן זכו לתגובות נגד שביטלו את מידת התרומה או את רמת הקשר לקבוצה אל מול חלופות אחרות.

זאת ועוד. בשל התמסחרות הכדורגל בעשורים האחרונים (Ben Porat, 1998) יש מעבר תדיר של שחקנים בין הקבוצות השונות, ומכיוון שבאר שבע לא נמצאה באופן עקבי בצמרת

¹ [co.il/online/3/ART2/306/417.html](http://www.co.il/online/3/ART2/306/417.html) בתאריך 30.12.2016; תבורי, ב' (12.12.2011). הקרב על השם (ראש הזהב או סטלמך). Debuzzer, נדלה מ-<http://debuzzer.com/tavory/45526> בתאריך 30.12.2016.

² פורום FXP, נדלה מ-<https://www.fxp.co.il/showthread.php?t=12900572> בתאריך 30.12.2016.

³ ליברובסקי, ל' (2011). תחילו להתרגל: "אצטדיון טוטוטרנר בבאר שבע". ONE, נדלה מ-<http://www.one.co.il/Article/175363.html> בתאריך 30.12.2016.

⁴ ברמן, י' (29.4.2016). ברק קדוש: בושה שלא מנצחים את זכרו של אבי. ONE, נדלה מ-<http://www.one.co.il/Article/15-16/1,0,22,0/269947.html> בתאריך 30.12.2018; זלקאי, ח. (25.8.2016). ב"ש מציעה: אצטדיון יעקב טרנר. NRG, נדלה מ-<http://www.nrg.co.il/online/3/ART2/149/526.html> בתאריך 30.12.2018.

⁵ טיעון זה אינו רלוונטי לספורטאים ולבעלי תפקידים שעודם חיים, זאת בהתאם לנטייה הטבעית להנציח אישים רק לאחר מותם.

הכדורגל הישראלי, גם שחקנים מוכשרים שהחלו את דרכם בקבוצה, עברו לקבוצות אחרות ואף הפכו למזוהים עמן יותר. בעלי תפקידים בקבוצה לעומת זאת, כן נשארים לאורך זמן, אך בניגוד לתרבות הספורטיבית במדינות אחרות, כגון ספרד או ארצות הברית, בישראל אין נטייה להנציח בעלי תפקידים במקומות הספורט. כאשר היוצא מן הכלל הוא אצטדיון לויטה בכפר סבא, ששמו שונה בשנת 2000, לטובת הנצחתו של יאיר לויטה, שהיה יושב ראש קבוצת הפועל המקומית במשך שלושה עשורים.

ההיבט של תרבות האהדה מתייחס לרמת המעורבות של האוהדים המקומיים בקבוצה ובקבלת ההחלטות לגביה. בתקופה שבה הוכרז על הקמת האצטדיון בבאר שבע, סיימה הקבוצה עשור וחצי של חוסר הצלחה ספורטיבית ואף עונות של ירידה ועלייה מן הליגה השנייה ואליה. גודל בסיס האוהדים באותה עת, בשילוב עם היעדר ההצלחות, לא הוביל למעורבות גבוהה של אוהדים באופן ניהול הקבוצה או בניסיונות להשפיע על מקבלי ההחלטות בה. מצב זה לא אפשר יצירה של קהילה מקוונת רחבה, שהיא מרכיב מרכזי בהובלה של קהילת האוהדים והעצמת חלקה במועדון הספורט (ראה: לונטל, שרייבר וגלילי, 2015).

יש לציין כי אוהדי הפועל באר שבע תרמו לקידום קהילת חברתית מקוונת כבר בשנת 2006 (ראה: גיא, 2006), אך אלו לא מונפו בעשור שלאחר מכן ולא עשו שימוש בהתפתחות המדיה החברתית, שמהווה כלי חשוב בגיבוש הקבוצה המקוונת. כיום, בשל הבשלת השימוש בטכנולוגיה, ובעיקר בשל הצלחת הקבוצה, קמו שתי קבוצות פייסבוק של אוהדים – האחת היא וסרמיליה, שהוקמה במארכ 2013, והשנייה היא UltraSouth, שהוקמה ביולי 2015. עם זאת, תרבות האהדה המקומית לא קידמה מעורבות של אינדיבידואלים או של קבוצות מתוך האוהדים בתהליך הבנייה, ולכן לא כיוונה גם להשפעה על היבטים הקשורים באצטדיון, כגון שמו.

נקודה נוספת היא אופן המעבר לאצטדיון החדש. בהקשר זה יש להתייחס לשני היבטים – האחד הוא ה"בעלות" על האצטדיון החדש, והשני הוא נסיבות המעבר. בשל מגבלות כלכליות בעולם הספורט הישראלי, אין בעלות פרטית על אצטדיונים, ולכן נושא הבעלות מתייחס באופן סמלי לבלעדיות האירוח. משמע, האם מתקן הספורט משמש רק קבוצה אחת או שמה קבוצה נוספת מאותה העיר? במקרה של באר שבע, בהיעדר תחרות שקולה מצד קבוצות מקומיות אחרות, אצטדיון טרנר נתפס כאצטדיונה הביתי הבלעדי של הפועל באר שבע. ההיבט השני הוא הנסיבות שבהן נעזב האצטדיון הקודם.

כאן יש להבחין בין מכירה של האצטדיון כצורך כלכלי, ולפיכך יצירת הכרח בבניית מתקן חדש, או לחלופין – עזיבתו של האצטדיון הישן בשל חלופה ראויה יותר מבחינה ספורטיבית. כלומר, ההבחנה שבין יוזמה לתגובה. גם במקרה הנוכחי, אצטדיון וסרמיל ננטש בשל האפשרות לעבור למתקן חדיש ומודרני בדמותו של אצטדיון טרנר. הבלעדיות על האצטדיון והמעבר היוזם אליו לא יצרו אצל האוהדים צורך לחיזוק השליטה הסמלית במקום או בחיזוק מעמדם בקרב מקבלי ההחלטות בקבוצה. שני רכיבים אלה באו לידי ביטוי באופן משמעותי במעבר של קבוצת מכבי חיפה לאצטדיון סמי עופר.

אצטדיון סמי עופר בחיפה

ראשית, יש לציין כי האצטדיון החיפאי סמי עופר משרת שתי קבוצות בכירות, הפועל ומכבי. עם זאת, בעשורים האחרונים זכתה קבוצת מכבי בתארים רבים יותר, והיא בעלת קהל אוהדים רב יותר. לפיכך, מחקר זה מתמקד דווקא באוהדי מכבי חיפה ובפעולותיהם לגבי שמו של האצטדיון החדש.

בשנת 1955 הוקם אצטדיון קריית אליעזר בחיפה, אשר שימש אצטדיונה הביתי של קבוצת מכבי חיפה מאז ועד המעבר לאצטדיון סמי עופר, בשנת 2014. האצטדיון בקריית אליעזר שימש גם ביתה של קבוצת הפועל המקומית מאז שנות ה־90, והיה ביתה במהלך זכייתה בתואר האליפות בשנת 1999. למרות היותו סמל עירוני, מיקומו במרכז העיר יצר בעיה תחבורתית ומפגע עירוני לתושבים המתגוררים בסמיכות אליו. יתר על כן, המבנה עצמו היה מיושן, לא התאים למשחקי כדורגל (בשל ריחוק היציעים מהמגרש) ולא כלל תנאים נאותים של שירותים ושל ממכר מזון. כל אלו הובילו את ראשי הערים של חיפה מאז 1995 לפעול להקמתו של אצטדיון חדש. כאמור, גידול בתמיכתו של הטוטו בתחילת שנות ה־90 אפשר השקעה של 135 מיליון שקלים לטובת בניית אצטדיון בין לאומי במרכז שפורסם בשנת 2000. החברה הכלכלית בחיפה, אשר זכתה במכרז, נדרשה להשלים לפי ההערכות עוד כ־280 מיליון שקלים, אשר מומנו על ידי מכירת שטחו של האצטדיון הישן והשכרת שטחים מסחריים באצטדיון החדש. אך למרות כל אלו, עדיין עלה צורך במציאת מקור הכנסה נוסף, שאותו קיוו להשיג באמצעות תורם פרטי. התרומה על סך 20 מיליון דולר, שהיוותה כרבע מעלות הבנייה המשוערת, הגיעה בשנת 2005 מאיל הספנות סמי עופר, אשר בדומה להסכמי תרומות נוספים שלו בעיר באותה תקופה, ביקש שיקראו למקום על שמו. מהלך זה, אשר היה כלכלי במהותו, לא התקבל על ידי קבוצות נרחבות בקרב אוהדי מכבי חיפה, זאת בשל התנגדותן לאופי הסכם התרומה, ובעיקר בשל רצונן לעשות שימוש אחר בשם האצטדיון.

בניגוד להפועל באר שבע, בהיסטוריה של מכבי חיפה יש שחקן עבר, המזוהה באופן בלעדי עם הקבוצה ונהרג בנסיבות טראגיות בשיא הקריירה – אבי רן. אבי רן היה שוערה של מכבי חיפה ושל נבחרת ישראל בשנות ה־80 ונחשב על ידי כל אנשי המקצוע והפרשנים כשחקן בעל כישרון מיוחד ופוטנציאל להצליח ברמה עולמית. מותו בתאונת אופנועיים בכנרת בשנת 1987 בהיותו בן 23, היה אירוע שזכה לתשומת לב גדולה בספורט ובתקשורת הישראלית. מאז ועד היום נעשים מאמצים על ידי המשפחה להנציח את זכרו בדרכים הקשורות לקבוצה ולספורט. כך למשל, על שמו נקראים מתחמי האימונים במבואותיה הדרומיים של חיפה, ובחודש יוני 2018 נערך טקס רשמי להכרזה על היציע הצפוני באצטדיון סמי עופר כ"יציע אבי רן".⁶ בעלי הקבוצה מספר בהקשר זה: "זה צעד חשוב למועדון, שרבים תמכו בו, הן במועדון והן מחוצה לו. אבי רן הוא סמל וחלק חשוב בהיסטוריה שלנו" (מועדון מכבי חיפה, 2018). הכרזה זאת הגיעה במידה רבה כמענה לקמפיין הציבורי של אוהדי מכבי חיפה להנציח את שוער העבר באמצעות קריאת האצטדיון על שמו.

כשנה לפני שבחרה עיריית חיפה לקרוא לאצטדיון על שם סמי עופר, החל מאמץ אינדיבידואלי

⁶ בן דור, ד' (5.11.2018). בטקס מרגש: נחנך יציע אבי רן בסמי עופר. ONE, נדלה מ־<https://www.one.co.il/Article/323672.html> בתאריך 1.2.2019.

וקבוצתי של קבוצת אוהדי מכבי חיפה לקבוע את השם 'אצטדיון אבי רן'. עד היום, מאבק זה בא לידי ביטוי במגוון צורות ובאמצעות פלטפורמות תקשורתיות שונות. אומנם היו ניסיונות רשמיים לשנות את השם על ידי פנייה לעירייה או על ידי עצומה ייעודית לעניין, אך עיקר המאמצים התמקדו בשינוי השם בתודעה הציבורית. גישה זאת התבססה במידה רבה על תקדימים בכדורגל הישראלי, בהם "הקופסה" (אצטדיון שר טוב), "האצטדיון הלאומי" (אצטדיון רמת גן) ו"האורווה" (אצטדיון פתח תקווה).

למהלך זה יש הצלחה חלקית, שכן אוהדים רבים עושים שימוש בשם אצטדיון אבי רן במקום סמי עופר, במגוון הקשרים. כך למשל קיים דף ברשת החברתית אינסטגרם (Instagram), המפרסם תמונות ממשחקי הקבוצה, וביישומון התחבורה הציבורית מוביט (Movit) יש הנחיות הגעה ל"אצטדיון אבי רן", ברשת החברתית פייסבוק (Facebook) אפשר לציין ביקור ב"אבי רן", ואף במהלך גיוס המונים באתר הדסטרט (Headstart) לטובת מערכת תפעול לתפאורת גג ליציע הצפוני, השתמשו בשם "אצטדיון אבי רן". נוסף על מקרים אלו, עיקר האזכורים מצויים בשיח הפנימי שבין אוהדי הקבוצה. נושא בחירת שם האצטדיון, ובמיוחד האפשרות של אבי רן אל מול סמי עופר, עולה לדיון במסגרת פורומים שונים של אוהדים,⁷ בצעיפים ודגלים הנמכרים על ידי אוהדי הקבוצה ואפילו בשירי העידוד, למשל: "...שנים רבות אני חיכיתי, לא מאמין שזה כבר כאן. כולם קראו לו סמי עופר, אני קורא לו אבי רן!"⁸

למרות שכחותו של השם אבי רן בשיח הפנימי של אוהדי הקבוצה, ישנה הבנה כי שינוי תודעתי יכול להתרחש בעיקר דרך התקשורת. לפיכך, במהלך הבניה ולאחריה, כתבים רבים התייחסו לנושא בפרסומים שונים שלהם. כך למשל דסקל, שדה ומאירסון⁹ מציינים את החלק הנמוך יחסית של התרומה הפרטית במימון האצטדיון כולו, ולפיכך את הרציונל המוסרי והכלכלי במתן שם גנרי או כזה אשר מבטא את תרומתם של תושבי חיפה. לצד זאת פרסמו בלוגרים עצמאיים של ספורט מאמרים בנושא בחירת השם.¹⁰ אך כפי שאפשר לראות, עיקר השיח התקיים בתקופה של פתיחת האצטדיון והתמעט מאוד בשנים שלאחר מכן. דעיכתו של השיח נובעת בין השאר מהיעדר אפשרות חוקית ומעשית לשינוי השם, מחוסר היענות מצד עיריית חיפה ובמידה מסוימת גם מקבלה של תופעת השיח המסחרי של אצטדיונים.¹¹

כלומר, האוהדים אומנם נכשלו בקמפיין לשינוי השם או לשינוי התודעה הציבורית, אך מאמציהם

7 <https://www.fxp.co.il/showthread.php?t=17587574>, <https://www.fxp.co.il/showthread.php?t=16622555>, <https://www.fxp.co.il/showthread.php?t=8257005>

8 <http://aux.shenkar.ac.il/2017/group53/sami.html>

9 דסקל, א' (4.1.2015). האצטדיון על שם משלמי הארנונה של חיפה. כלכליסט, נדלה מ-<https://www.calcalist.co.il/articles/0,7340,L-3649036,00.html>; מאירסון, א' (27.1.2014). למה אנחנו חייבים לקרוא לזה סמי עופר? הארץ, נדלה מ-<https://www.haaretz.co.il/sport/opinions/premium-1.2227442>; בתאריך 1.2.2019; שדה, ש' (21.11.2014). המשפחה שילמה כסף כדי שהציבור הרחב יחשוב עליה דברים טובים. דה מרקר, נדלה מ-<https://www.haaretz.co.il/1.2491702>. בתאריך 1.2.2019.

10 ראו למשל שקד, א' (8.7.2015). לאן פנתה אהבתנו? מועדון האוהדים של מכבי חיפה, נדלה מ-<http://www.mhfc.co.il/2015/07>. בתאריך 1.2.2019.

11 בן יהודה, ט' (2.12.2014). השם: אצטדיון סמי עופר. Debuzzer, נדלה מ-<http://debuzzer.com/benyehuda/49205>. בתאריך 1.2.2019.

מעידים על ההשקעה של משאבי הרגש, הזמן והכסף בעניין זה. מצד אחד, השפעתם על בחירת השם של מה שנתפס על ידם כ"בית" מבטאת את תחושת הבעלות עליו ואת תחושת השייכות אליו. מהצד האחר, הפעילות המשותפת מחזקת את הקהילה ומחזקת סמלים משותפים הקשורים למושא אהדתם. יתר על כן, הנצחה של שחקן עבר מעידה על נאמנות רבת שנים ועל כיבוד המסורת הקבוצתית – שהם מאפיינים דומיננטיים נוספים בהגדרה העצמית של אוהדים (Millward, 2011).

דיון ומסקנות

בעשור האחרון נבנו בישראל חמישה אצטדיונים גדולים חדשים. בשלושה מקרים קרויים האצטדיונים על שם הגוף המממן (אצטדיון הטוטו בעכו) או על שם המקום שבו הם נמצאים (האצטדיון העירוני נתניה ואצטדיון המושבה בפתח תקווה). מאמר זה התמקד בשני המקרים האחרים שבהם הונצחו בשם האצטדיון יעקב טרנר, ראש העיר לשעבר של באר שבע, ואיש העסקים סמי עופר בחיפה. שני אישים אלו אינם מתחום הספורט, ולפיכך לא היה קשר בין המקום והפונקציונליות שלו ובין תהליך השיום. בעוד שבחירת השם התקבלה בקרב אוהדי באר שבע, אוהדים רבים של מכבי חיפה ניהלו קמפיין להחלפת שמו של האצטדיון ל"אבי רן". בחינת ההבדל בין המקרים מעלה שלושה נושאים מרכזיים הקשורים כולם למועדון הספורט ולאווהדיו: יריבות עירונית; חלופה מוצעת; הנצחה ועולם הספורט.

ראשית, ההגמוניה העירונית הספורטיבית בבאר שבע שייכת לקבוצת הפועל המקומית, אשר היא הקבוצה הבכירה היחידה בעיר, ולפיכך מזוהה בעולם הספורט בישראל עם האצטדיון. לעומת זאת, בחיפה יש שתי קבוצות בכירות אשר משתמשות באצטדיון כביתן – הפועל ומכבי. במאבק המרחבי־אורבני על הבעלות הסמלית, מקבלים נראות האצטדיון ושמו משמעות מיוחדת. לכן, אם האצטדיון ייקרא על שם שחקן עבר של קבוצת מכבי, הוא יהיה מקושר באופן תדמיתי ציבורי אליה, ולא להפועל חיפה. יריבות ספורטיבית תורמת באופן ישיר לעיצוב הזהות של אוהדי ספורט (Berendt & Uhrich, 2016).

לפיכך, האצטדיון הביתי הוא בעל תפקיד דואלי בעיצוב הזהות של האוהדים: מחד גיסא, הוא בית סמלי; ומאידך גיסא, הוא זירת מאבק על דומיננטיות קבוצתית. כוחו של האצטדיון בהבניית הזהות של האוהדים הוא שהקנה לו את חשיבותו עבור אוהדי מכבי חיפה והוביל להתערבותם בקביעת שמו. שאיפה זאת לשיום לא נמצאה באופן משמעותי בקרב היריבה העירונית, במידה רבה בשל היעדר הרכיב הנוסף, שהוא מושא הנצחה אידאלי מבחינתם, כפי שיפורט בהמשך. הנושא השני אשר השפיע על מעורבות האוהדים בתהליך הוא החלופה השמית המוצעת. בבאר שבע הוחלט להנציח ראש עיר לשעבר, אשר תרם רבות לעיר ולספורט ואף פעל באופן ישיר להקמת האצטדיון. בשל המגמה של הנצחת ראשי ערים במקומות שונים בערים, המקובלת בתרבות הישראלית, הבחירה ביעקב טרנר לא עוררה תשומת לב מיוחדת בזירה הציבורית. לעומת זאת, בחיפה נבחר השם בעקבות תרומה פרטית של איש העסקים, סמי עופר. צורת הנצחה זאת אינה שכיחה כלל בעולם הספורט הישראלי. בין המקרים שבהם האצטדיון קרוי על שם המממן שלו, יש לציין את הפיס ואת הטוטו כשני גופים ציבוריים, ואת המקרה הייחודי של היכל הספורט ביד אליהו בתל אביב אשר נקרא על שם חברות מסחריות, בהן מנורה־מבטחים

ונוקיה. יתר על כן, חלקו של עופר במימון היה קטן באופן יחסי (בניגוד להיקף המימון של הטוטו באצטדיון בבאר שבע), והשם נקבע לצמיתות (בניגוד להסכם החסות הזמני בתל אביב). כל אלו הובילו לדיון ציבורי אשר חרג מגבולות הספורט ועסק בהיבטים כלכליים וחברתיים רחבים יותר בחברה הישראלית. לכן זכה המקרה גם לחשיפה תקשורתית מחוץ למדורי הספורט. כפי שעולה מן המחקר, לא היה די בצורת השיום הנדירה הנקשרת לעולם העסקי הפרטי, אלא גם בהקשר הנקודתי של עסקיו של סמי עופר ומשפחתו. אפשר ללמוד משיח האוהדים במחקר זה ומכתבות וסרטים נוספים שנעשו בנושא, כי עסקים אלו סובלים מתדמית ציבורית ניטרלית ואף שלילית, בשל החיבור התדמיתי לזיהום ופגיעה לכאורה בבריאותם של תושבי חיפה. היבט זה שימש את אוהדי הקבוצה במאבקם להפחתת הלגיטימציה של השם, ובאופן עקיף לקידום יוזמתם לקריאת האצטדיון על שם אבי רן. נושא זה עולה בקנה אחד עם מסקנותיו של בויד (Boyd, 2000), אשר גורס כי השיום המסחרי המנותק מהספורט, משנה את הנרטיב המקומי, ולכן עומד בסתירה אל מול שאיפות האוהדים לשמר אידיאל מסוים.

הנושא השלישי, והמשמעותי ביותר, הוא מושא ההנצחה מעולם הספורט. אף שבשני המועדונים שיחקו שחקנים רבים אשר היו מזוהים עמם ואהובים על ידי האוהדים, מכבי חיפה ידעה טרגדיה בדמות מותו של שחקן הקבוצה אבי רן בתאונה בגיל צעיר. המחקר העדכני בתחום ההנצחה של ספורטאים מלמד על היקפה הרחב של התופעה, ובעיקר על הצרכים הקהילתיים שהוא ממלא, זאת יותר מאשר ספורטאים אחרים שזכו לפרוש מכדורגל רק בשל גילם (Stride et al., 2017). ההבטחה הספורטיבית הגדולה, הטרגדיה האישית והקולקטיבית והשיוך הבלעדי של השחקן למועדון – כל אלה תרמו לרצון להנציחו באצטדיון, דבר שבא לידי ביטוי בסופו של דבר בקריאת יציע אחד על שמו. אוהדי מכבי חיפה אינם שונים באופן מהותי מקהילות אוהדים אחרות בארץ ובעולם, לכן האקטיביזם שלהם בכל הקשור לשיום האצטדיון הביתי נבע אפוא משילוב ייחודי של שלושת הנושאים שלעיל.

ביבליוגרפיה

לונטל, א' (2013). שימור והנצחה של מקומות ספורט בישראל. זמנים, 121, 100-110.
לונטל, א' (2016). מלחמת הכדורגל – על שיה, ספורטיביות ויריבות בתגובות באינטרנט. רוח הספורט, 2, 47-62.

- Alderman, D. H. (2000). Focus Section: Women in geography in the 21st century: A street fit for a king: Naming places and commemoration in the American South. *The Professional Geographer*, 52(4), 672-684.
- Azaryahu, M. (1996). The power of commemorative street names. *Environment and Planning D: Society and Space*, 14(3), 311-330.
- Ben Porat, A. (1998). The commodification of football in Israel. *International Review for the Sociology of Sport*, 33(3), 269-276.
- Blocher, J. (2007). School naming rights and the First Amendment's perfect storm. *Georgetown Law Journal*, 96, 1-57.
- Berendt, J., & Urich, S. (2016). Enemies with benefits: The dual role of rivalry in shaping sports fans' identity. *European Sport Management Quarterly*, 16(5), 613-634.
- Borges, G. D. R. (2014). Understanding fans loyalty in Brazilian soccer. *Global Journal of Management And Business Research*, 14(2), 1-10.
- Boyd, J. (2000). Selling home: Corporate stadium names and the destruction of commemoration. *Journal of Applied Communication Research* 28, 330-346.
- DeSchraver, T. D., & Jensen, P. E. (2003). What's in a name? Price variation in sport facility naming rights. *Eastern Economic Journal*, 29(3), 359-376.
- Dwyer, O. J., & Alderman, D. H. (2008). Memorial landscapes: analytic questions and metaphors. *Geo Journal*, 73(3), 165-178.
- Funk, D. C., Mahony, D. F., Nakazawa, M., & Hirakawa, S. (2001). Development of the sport interest inventory (SII): Implications for measuring unique consumer motives at team sporting events. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 3(3), 38-63.
- Giulianotti, R. (1999). *Football: A sociology of the global game*. Cambridge, UK: Polity.
- Hakala, U., Sjöblom, P., & Kantola, S. P. (2015). Toponyms as carriers of heritage: Implications for place branding. *Journal of Product & Brand Management*, 24(3), 263-275.
- Jones, I. (1997). The Origin and Maintenance of Sports Fan Identification: A Response to Wann, et al. (1996). *Perceptual and Motor Skills*, 85, 257-258.

- Madow, M. (1993). Private ownership of public image: Popular culture and publicity rights. *California Law Review*, 125-240.
- Stride, C., Thomas, F., & Chamorro, A. M. (2017). Commemorating tragic heroes: statuary of soccer players who died mid-career. *Soccer & Society*, 20(3), 431-453.